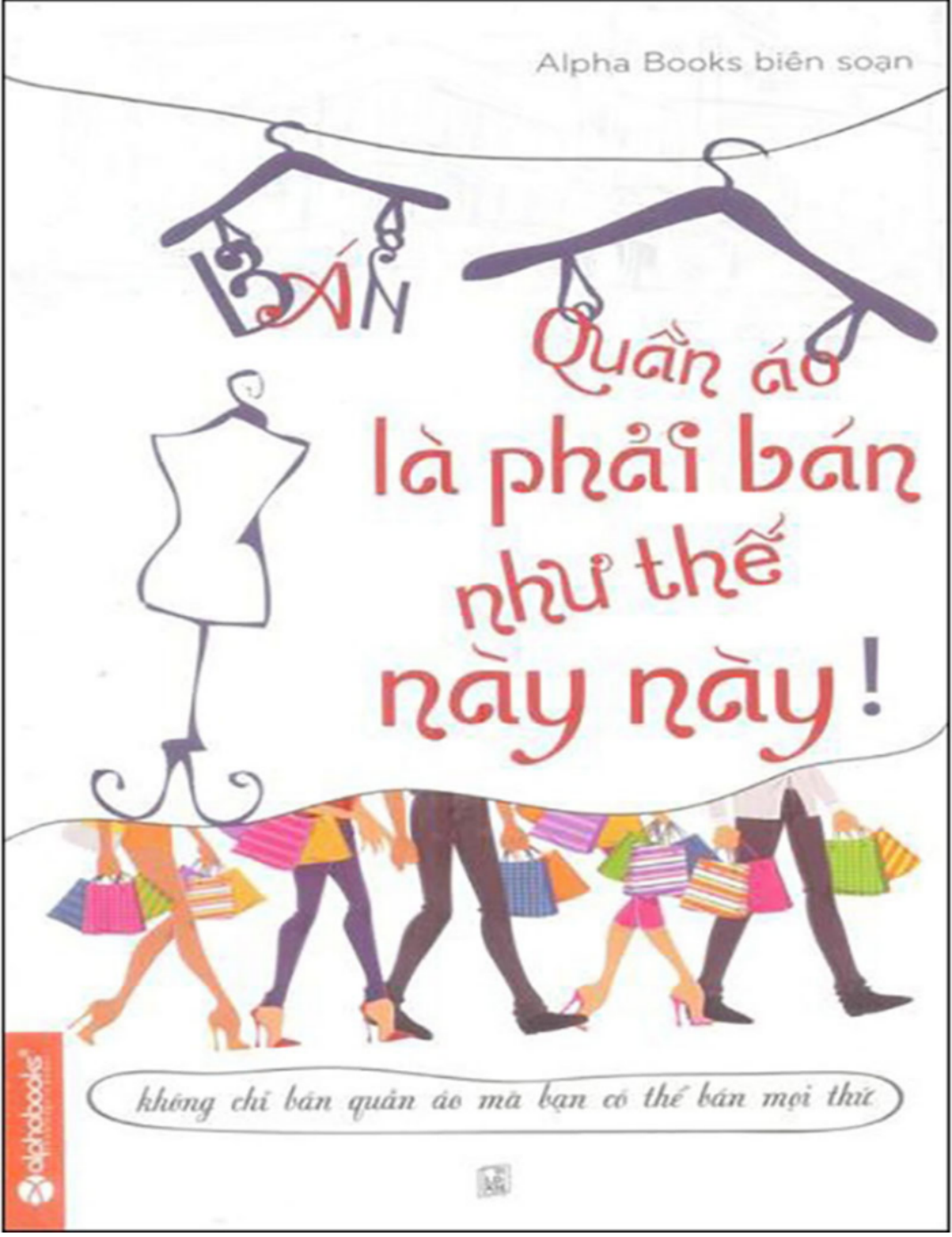
Alpha Books biên soạn



Quần áo là phải bán như thế này này!

không chỉ bán quần áo mà bạn có thể bán mọi thứ

alphabooks

Duong Kobo's Book Club

Tủ sách Kỹ thuật số
dành cho
Kindle & Kobo

SCAN TO JOIN

Bán Quần Áo Là Phải Bán Như Thế Này Này!

Hiện nay, các cửa hàng bán lẻ đang giữ một vai trò trọng yếu trong việc tiêu thụ sản phẩm của các thương hiệu. Tuy nhiên, nhân tố quyết định doanh số tiêu thụ của một cửa hàng bán lẻ chính là yếu tố Con người và Hàng hóa tạo ra (thương hiệu và sản phẩm). Trên tất cả, yếu tố Con người, cụ thể là những nhân viên bán hàng mới là chìa khóa của vấn đề. Nhân viên bán hàng ngày càng có những đóng góp quan trọng trong quá trình phát triển của công ty và doanh nghiệp cũng đang nỗ lực không ngừng để hoàn thiện hơn nữa trình độ giao tiếp của những nhân viên này để khiến hệ thống bán lẻ trở nên mạnh mẽ hơn, thu hút được nhiều khách hàng hơn.

Bán quần áo là phải bán như thế này này! là cuốn sách chứa đựng nhiều điều khác biệt so với các tài liệu hướng dẫn thường thấy. Cuốn sách có tính thực tế cao khi áp dụng vào quá trình đào tạo nhân viên. Nó được đúc kết từ những trải nghiệm thực tế trên thương trường, có thể áp dụng để xử lý linh hoạt trong rất nhiều trường hợp cụ thể. Đặc biệt hơn nữa, cuốn sách cũng đề cập đến những cách ứng xử không nên dùng để giúp người đọc có cái nhìn cận cảnh và chân thực hơn, tránh những kết quả không đáng có xảy ra. Nội dung của cuốn sách bao gồm các vấn đề được nêu ra một cách toàn diện và tiêu biểu, các mẫu câu gợi ý sử dụng phù hợp với ngữ cảnh giúp việc trao đổi với khách hàng trở nên gần gũi thiết thực hơn, phần phân tích vấn đề cũng như chiến lược bán hàng được nêu ra cụ thể thuyết phục.

Để áp dụng có hiệu quả vào thực tế, trước hết bạn phải hiểu được cốt lõi của vấn đề được nêu lên trong từng tình huống và ghi nhớ các mẫu câu gợi ý sử dụng, kết hợp với từng tình huống thực tế để có những ứng biến linh hoạt, có như vậy mới phát huy triệt để tác dụng mà cuốn sách muốn gửi gắm.

Alphabooks trân trọng gửi đến độc giả cuốn sách này!

Tháng 9 năm 2013

Chương I.

Xử lý các vấn đề thường gặp ở giai đoạn đón khách

Tình huống 1

Bạn nhiệt tình chào mời khách, nhưng khách hàng chỉ lạnh lùng đáp: Cứ để tôi xem.

Ứng đối sai

1. Dạ vâng, vậy anh/chị cứ xem thoải mái ạ, cần gì cứ gọi em nhé (và lờ khách hàng đó đi).

2. Dạ vâng ạ, vậy anh/chị cứ tự nhiên ạ.

3. Dạ vâng, anh/chị cứ xem đi ạ, nếu thích có thể thử ạ.

Phân tích vấn đề

Đối tượng khách hàng nào khó tiếp xúc nhất trong các cửa hàng thời trang? Chính là những khách hàng không nói gì hoặc chỉ nói "Cứ để tôi xem đã". Đây là một hiện tượng rất phổ biến.

Kiểu trả lời "Dạ vâng, vậy anh/chị cứ xem tự nhiên ạ" hay " Dạ vâng, anh/chị cứ xem thoải mái, có gì cần cứ gọi em ạ" đều thuộc loại ngôn ngữ mang tính chất tiêu cực, ngầm ám chỉ khách hàng cứ xem thoải mái, xem xong rồi đi, thậm chí sau đó, chúng ta sẽ gặp khó khăn để chủ động tiếp cận lại với khách.

Chiến lược bán hàng

Khách hàng khi vừa bước chân vào cửa hàng thường mang tâm lý "phòng thủ" và họ thể hiện điều đó bằng cách im lặng. Họ e ngại

rằng nếu lỡ mở miệng sẽ bị người bán hàng nắm được điểm yếu, từ đó khó mà rời đi. Ngược lại, người bán hàng lại không nắm bắt được tâm lý này của khách, nên khi khách vừa bước chân vào cửa hàng, họ lập tức đon đả chào mời, áp sát và di chuyển theo khiến khách hàng cảm thấy không thoải mái và phát sinh áp lực tâm lý, thậm chí có khách hàng còn tỏ thái độ khó chịu với nhân viên bán hàng .

Trên thực tế, khi khách hàng nói "Cứ để tôi xem đã" thì nhân viên bán hàng có thể làm giảm áp lực tâm lý của khách bằng cách biến lời viện cớ đó thành lý do để tiếp cận gần hơn với khách, đẩy quá trình bán hàng theo hướng tích cực. Tuy nhiên, nếu khách hàng thực sự cần một không gian tự do để thoải mái lựa chọn thì nhân viên bán hàng nên tôn trọng điều đó, để cho khách tự lựa chọn và lui về vị trí của mình, đồng thời chú ý để sẵn sàng giúp đỡ những lúc họ cần.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Mẫu mã chủng loại và thương hiệu quần áo bây giờ rất đa dạng, cửa hàng chúng tôi loại nào cũng có, nhưng có vài mẫu này chúng tôi đang áp dụng chương trình giảm giá, bán rất chạy, màu sắc và kiểu dáng rất phù hợp với dáng người của chị, mua hay không không thành vấn đề, chị cứ thử xem sao, xin mời chị qua đây... (lợi dụng tính hiếu kỳ để hướng sự tập trung của khách hàng).

NVBH: Chị cứ xem qua hàng trước nhé, nếu bây giờ không mua cũng không sao, sau này muốn mua thì mời chị quay lại cửa hàng chúng tôi. Thương hiệu của chúng tôi... (hội thoại này dùng với khách hàng dễ tính).

NVBH: (hỏi ngay sau khi giới thiệu nhãn hàng) Bình thường chị thích mặc màu gì ạ?

NVBH: Chị nói đúng ạ, bây giờ quần áo mẫu mã kiểu dáng nhiều, cũng phải xem để so sánh sau này mua xong cũng không hối hận phải không ạ? Chị cứ tự nhiên xem đồ trước nhé, cần gì cứ gọi em. (Nhường lại không gian cho khách, sau đó để ý quan sát một cách khéo léo).

NVBH: (khi thời cơ đến, lập tức xuất hiện) Đây là mẫu mới cửa hàng chúng tôi vừa nhập về, bán rất chạy đấy ạ. À, chị định mua để dùng trong dịp nào?

Tình huống 2

Khách hàng rất thích một món đồ nhưng người đi cùng lại nói: "Tôi nghĩ cũng bình thường, hay chúng ta qua chỗ khác xem."

Ứng đối sai

1. Không, tôi nghĩ nó rất đẹp mà.

2. Đây là mẫu chủ đạo trong mùa này của chúng tôi đấy.

3. Mẫu này rất độc đáo, sao lại không đẹp được chứ?

4. Người khác nói gì kệ họ, quý khách thấy đẹp là được ạ.

Phân tích vấn đề

Các loại mẫu câu trên thuộc vào dạng ứng đối gây hiềm khích, thiếu tính thuyết phục, hơn nữa còn dễ tạo nên thế đối đầu giữa người bán hàng và người bạn đi cùng khách, khiến không khí mua bán trở nên căng thẳng. Trên thực tế, khách hàng sẽ luôn đứng về phía bạn mình vì họ không muốn làm bạn mình bị mất mặt, chính vì thế quá trình mua bán sẽ chấm dứt tại đây.

Chiến lược bán hàng

Sự xuất hiện của càng nhiều người đi cùng sẽ khiến quá trình mua bán càng diễn ra khó khăn hơn. Chúng ta thường gặp tình huống khách hàng đã rất ưng một món đồ nhưng chỉ vì một lời nói của người đi cùng cũng có thể dễ dàng làm họ thay đổi ý kiến, điều này khiến những người bán hàng vô cùng đau đầu. Thực tế, những người này có thể là kẻ địch hoặc trở thành trợ thủ đắc lực cho một cuộc giao dịch thành công, quan trọng là cách người bán hàng vận dụng nguồn lực này như thế nào. Thực hiện theo các bước dưới đây sẽ giúp phát huy được tác dụng tích cực của người đi cùng đồng thời giảm thiểu tối đa ảnh hưởng tiêu cực của họ lên khách hàng mục tiêu.

Đầu tiên, không được phớt lờ người đi cùng. Khách hàng và người đi cùng thường đứng chung một "chiến tuyến", chỉ cần người đi cùng tỏ vẻ không ưng món đồ thì khách hàng sẽ lập tức hưởng ứng theo, vì vậy người bán hàng bắt buộc phải nắm được quy tắc, người đi cùng dù không có quyền quyết định, nhưng họ có quyền phủ quyết. Vì thế khi khách hàng vừa bước vào, bạn phải ngay lập tức phán đoán xem ai là người đi cùng, nếu có hai người đi cùng trở lên, bạn phải nhanh chóng xác định ai là người quan trọng nhất, đồng thời tiếp đón cả khách lẫn người đi cùng nhiệt tình như nhau, tuyệt đối không được phân biệt đối xử.

Thứ hai, khách hàng và người đi cùng đều tạo áp lực cho nhau. Có những lúc người đi cùng chọn đồ cho bạn mình, khi khách hàng mặc bộ đồ đó cảm thấy hài lòng và người bán hàng cũng thấy ổn thì có thể nói "Bạn chị thật tinh ý, bộ này chị mặc lên trông rất quyến rũ đấy ạ". Câu nói này có tác dụng đặt áp lực lên khách hàng, bởi họ sẽ không thể nói bộ đồ đó xấu, chí ít cũng không để bạn mình mất mặt, hơn nữa bản thân họ cũng rất thích, còn người bạn đi cùng thì chắc chắn đã hài lòng. Nếu khách hàng tự chọn đồ, sau khi mặc lên, cả khách và bạn đều thấy đẹp thì bạn có thể nói với người đi cùng rằng "Bạn gái anh chắc là rất thích bộ này". Bởi khách hàng của bạn thực sự đã ưng ý. Hơn nữa, việc người bạn đi cùng chê bộ đồ xấu cũng là một cách gián tiếp ám chỉ người kia không có mắt thẩm mỹ, khiến khách hàng của bạn mất mặt. Đây cũng chính là cách tạo áp lực cho người đi cùng.

Thứ ba, hỏi ý kiến người đi cùng. Để tăng hiệu suất thành công của giao dịch, bạn có thể đưa người đó về cùng "chiến tuyến" với mình bằng cách cùng họ chọn đồ cho khách hàng.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: (với khách hàng) Bạn của quý khách thật tinh ý và chu đáo. (với người đi cùng) Anh/chị là bạn của cô ấy chắc hẳn rất hiểu cô ấy, hay anh/chị thử xem giúp có mẫu nào hợp với cô ấy không ạ?

NVBH: (với người đi cùng) Chị thật tinh ý, lại còn rất chu đáo với bạn nữa, chị xem hộ em có bộ nào hợp với bạn chị được không ạ?

Người đi cùng: Mẫu váy này hơi ngắn, tôi thấy mẫu dài hơn chút có vẻ hợp hơn.

NVBH: Chị thật có gu thẩm mỹ, mẫu váy dài này bạn chị mặc lên sẽ rất tôn dáng, lại hợp mốt nữa. Xin lỗi lúc nãy em quên không giới thiệu cho các chị. (Quay ra khách) Hay chị thử mẫu bạn chị gợi ý trước xem sao ạ? (nếu khách hàng không thử sẽ làm mất mặt bạn mình, từ đó khéo léo xoay chuyển tình thế từ đối đầu sang bạn bè).

NVBH: (với khách hàng) Bạn chị thật có khiếu thẩm mỹ, lại rất chu đáo, có người bạn như vậy thật thích!

Tình huống 3

Khách hàng đang do dự:

Để tôi cân nhắc đã.

Ứng đối sai

1. Không cần phải suy nghĩ đâu ạ, bộ này rất hợp với quý khách.

2. Bộ này rất đẹp, quý khách còn phân vân điều gì nữa ạ? (Không nói không rằng, bắt đầu sắp xếp lại đồ).

3. Vậy cũng được ạ, khi nào quý khách suy nghĩ xong thì quay lại cửa hàng nhé.

Phân tích vấn đề

Theo bạn, tình thế bối rối nhất xuất hiện khi nào? Câu trả lời của tôi chính là khi bản thân bạn không biết vì sao mình "chết". Trên thực tế, điều này xảy ra rất nhiều ở các cửa hàng thời trang, ví dụ bạn thấy đồ của cửa hàng mình rất ổn, khách hàng có vẻ đã ưng, nhưng vẫn chưa quyết định mua, sau đó lại mua đúng bộ đồ đó ở cửa hàng bên cạnh, hơn nữa giá cả lại không tốt bằng cửa hàng của bạn, như vậy bạn có thấy "oan ức" không?

"Bộ này rất đẹp, quý khách còn phân vân điều gì nữa ạ?" Câu nói này mang lại cảm giác hơi nặng nề, tạo cho khách hàng tâm lý bài xích, họ là người bỏ tiền ra mua thì việc thương lượng là chuyện hiển nhiên.

Không nói không rằng, bắt đầu sắp xếp lại đồ là hành động tiêu cực, không thể hiện nỗ lực muốn cho khách hàng thay đổi ý kiến.

Chiến lược bán hàng

Khi khách hàng nói "để tôi cân nhắc", "để tôi xem xét" v.v... thì cũng là một hành động bình thường, đó có thể là một cái cớ để từ chối hoặc là tâm lý thực sự của họ lúc đó. Vì vậy, người bán hàng cần phải nhanh chóng phân tích, tìm hiểu xem câu nói đó thuộc loại nào. Nhưng trên thực tế, khi gặp phải tình huống như vậy rất nhiều người bán hàng ngay lập tức giới thiệu lại về bộ trang phục, hoặc cường điệu ưu điểm bộ đồ một cách máy móc, hay im lặng. Để xử lý tình huống này, bạn nên thực hiện theo 3 bước sau:

Thứ nhất, tìm nguyên nhân, tạo áp lực, cương nhu đúng lúc. Đứng trước những ý kiến trái chiều của khách hàng, nếu tỏ thái độ thờ ơ thì khách hàng sẽ không cảm nhận được áp lực mà dễ dàng bỏ đi. Việc tạo áp lực hợp lý lên khách hàng sẽ đưa người bán hàng từ thế bị động sang chủ động, giúp tăng doanh số bán hàng.

Nhưng người bán hàng cũng cần nắm vững mức độ áp lực, áp lực không được quá lớn hoặc quá hời hợt.

Thứ hai, sau khi xử lý xong những thắc mắc băn khoăn của khách hàng, bạn phải đề nghị họ mua ngay món đồ đó. Bởi một khi khách hàng vẫn còn trong cửa hàng, bạn vẫn có thể kích thích ham muốn mua hàng của họ, nhưng một khi họ đã đi khỏi, bạn không còn cách nào để lôi kéo họ nữa.

Thứ ba, cố gắng hết sức để khách hàng quay lại. Nếu khách hàng thực sự muốn đến các cửa hàng khác để so sánh hoặc muốn hỏi ý kiến của người thân thì người bán hàng không nên quá nài ép. Nhưng chúng ta cũng nên cố gắng hết sức để làm tăng tỉ suất quay lại cửa hàng của họ, vì nghiên cứu đã chỉ ra rằng, tỷ lệ mua hàng sẽ lên tới 70% khi khách quay lại cửa hàng.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: (tiếp tục hỏi sâu hơn) Chị ơi, ngoài… ra còn có lý do nào khiến chị chưa quyết định được không ạ?

NVBH: (sau khi khách hàng đã nói ra lý do của mình, hãy lập tức xử lý từng điều một. Nếu khách hàng hài lòng và quyết định mua thì coi như giao dịch được thực hiện, nếu không thì thực hiện như bước 3) Nếu chị muốn cân nhắc thêm cũng không sao ạ, nhưng em thấy chị mặc bộ này rất đẹp, mà chỉ còn duy nhất một bộ, chị không mua thì tiếc quá. Hay em cứ cất riêng bộ này, chị đi cửa hàng khác mà không tìm thấy bộ nào ưng ý thì em mời chị quay lại đây mua nhé. (Sau đó tiễn khách một cách lịch sự, tạo cho khách cảm giác hơi ngại ngùng).

NVBH: Đúng đấy chị ạ, bây giờ kiếm tiền vất vả, mua một bộ đồ cũng không rẻ, chị nhất định phải cân nhắc kỹ lưỡng, để sau này mua về cũng không hối hận. Hay là thế này, chị cứ ngồi đây để em mang thêm mấy mẫu cho chị xem nhé, chị xem rồi so sánh thêm… (giữ chân khách hàng lưu lại trong cửa tiệm để tìm hiểu thêm tình hình và thiết lập sự tín nhiệm).

Tình huống 4

Khách hàng rất thích bộ đồ đã mặc thử, nhưng một khách hàng khác lại chê không đẹp.

Ứng đối sai

1. Chỗ nào không đẹp vậy?

2. Quý khách không mua thì đừng nói lung tung!

3. Quý khách đừng nghe anh ta nói.

4. Xin quý khách đừng nói như vậy có được không ạ?

Phân tích vấn đề

Một nhân viên bán hàng cần phải biết người bán hàng chính là "người chủ động dẫn dắt khách hàng đi theo hướng chi tiền mua hàng". Vì thế nên tránh tuyệt đối có những hành động gây bất lợi cho quá trình đưa khách hàng đến đích cuối cùng là quầy thu ngân.

Câu "Chỗ nào không đẹp vậy?" cũng giống một chiếc đòn bẩy để người khách hàng kia nói ra những điểm chưa được đẹp của bộ đồ, thuộc vào dạng dẫn dụ tiêu cực.

Hai câu "Quý khách không mua thì đừng nói lung tung" và "Quý khách đừng nghe anh ta nói" sẽ làm nảy sinh xung đột giữa khách và người bán hàng, ảnh hưởng đến hình ảnh chuyên nghiệp của nhân viên bán hàng, đồng thời cũng khiến cho khách hàng mục tiêu nghĩ chắc chắn bộ đồ này có vấn đề, nếu không tại sao người bán hàng lại tức giận như vậy.

Chiến lược bán hàng

Các khách hàng thường bình luận về trang phục mặc thử của nhau. Theo bạn, khách hàng của mình sẽ nghe ai hơn? Chắc chắn là người khách kia rồi, vì về bản chất họ cùng đứng chung một "chiến tuyến" nên sẽ dễ đồng cảm và giao lưu hơn. Chính vì thế, một câu nói của người khách khác sẽ có thể là động lực để khách hàng của bạn quyết định mua hay không mua món đồ đó.

Theo tôi, một nhân viên bán hàng cần thực hiện theo những bước như sau:

Bình tĩnh tự chủ. Bất cứ lời nói hay hành động thiếu tự chủ nào cũng sẽ làm giảm hình ảnh của bạn trong mắt khách hàng và khiến họ nghĩ bộ trang phục chắc chắn có vấn đề.

Nói lời cảm ơn và chuyển hướng. Đặt câu hỏi và chuyển hướng đề tài nhằm chia tách khách hàng mục tiêu và người khách kia. Đây cũng chính là chìa khóa để giải quyết vấn đề.

Tập trung lại vào trọng điểm vấn đề. Bạn nên nhớ khách hàng

mục tiêu mới là người quan trọng nhất, hãy làm họ cảm thấy lời bình phẩm của người kia không quan trọng, quan trọng là bản thân họ cảm thấy hài lòng với bộ trang phục.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: (với người khách kia) Cảm ơn lời góp ý của chị, vậy hôm nay chị có muốn xem thử mẫu nào không ạ? (làm cho họ cụt hứng mà đi ra chỗ khác, nếu họ muốn xem đồ thì gọi một đồng nghiệp khác ra hỗ trợ).

NVBH: Chị Trương, chỉ người đi giày mới biết có thoải mái hay không phải không ạ? Em đã làm công việc này được 3 năm rồi nên em nhìn là biết ngay, đôi giày này không những màu sắc mà kiểu dáng cũng rất hợp với chị, chị xem... mà chị cũng thích phải không, nếu không mua e sau này chị sẽ rất tiếc đấy. (giới thiệu ưu điểm và dẫn dụ tư duy khách hàng, sau đó để ý thấy khách đã ngầm đồng ý thì lập tức đưa đến quầy thu ngân).

Tình huống 5

Khách hàng rất hài lòng với bộ trang phục nhưng lại nói đợi bạn trai đến thử rồi mới quyết định.

Ứng đối sai

1. Chị đừng do dự, bây giờ mà không mua là hết đấy.

2. Chị mua bây giờ thì sẽ được chiết khấu ạ.

3. Được ạ, vậy chị đưa bạn trai đến đây nhé.

Phân tích vấn đề

“Chị đừng do dự, bây giờ mà không mua là hết đấy”, câu này không có bằng chứng xác thực nên sẽ khiến cho khách hàng nghĩ rằng người bán đang tạo áp lực giả cho mình. Một khi khách đã nghĩ như vậy thì bạn có nói gì họ cũng không quan tâm.

“Chị mua bây giờ thì sẽ được chiết khấu ạ”, sẽ tạo cảm giác khách hàng mua bộ đồ này chỉ vì nó rẻ tiền.

“Được ạ, vậy chị đưa bạn trai đến đây nhé”, câu này coi như bạn đã rơi vào bẫy của khách hàng, vô tình tạo điều kiện cho họ rời khỏi cửa hàng, làm giảm mong muốn và khả năng mua của khách hàng.

Chiến lược bán hàng

Đa số khách hàng khi nói ra câu này đều đang phân vân một trong hai điểm: e ngại mình chọn chưa đẹp, nên muốn nhờ bạn trai đến để cả hai cùng thảo luận rồi mới quyết định, hoặc họ viện cớ để hoãn binh. Vì thế trước hết, bạn cần phân tích xem khách hàng của mình đang thực sự ở vào trạng thái nào.

Trên thực tế, mua bán chính là quá trình diễn biến tâm lý, mà quyết định mua chính là kết quả của quá trình dẫn dụ. Người bán hàng cần khéo léo dẫn dắt để khách hàng của mình nói ra nguyên nhân không thể mua ngay.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Bạn trai chị thật hạnh phúc khi có được người bạn gái không chỉ dịu dàng mà còn khéo chọn đồ như chị. Em tin bạn trai chị sau khi nhận được món quà vô cùng tuyệt vời này chắc chắn sẽ rất bất ngờ đấy!

NVBH: (nếu khách hàng nói chưa biết bạn trai có thích hay không) Thực ra đây không hẳn là một bộ đồ bình thường đâu, bạn trai chị chắc chắn sẽ rất cảm động khi nhận được món quà này. Còn nếu có điểm nào anh ấy không ưng thì trong vòng 3 ngày chị có thể quay lại để đổi bộ khác, chị thấy có được không ạ? (chủ động đưa ra đề xuất).

NVBH: (nếu khách vẫn đang do dự) Em hoàn toàn hiểu tâm lý của chị, nhưng mẫu này đang bán chạy, lỡ có khách hàng khác mua mất thì tiếc lắm, hay chị đặt cọc trước một khoản nhỏ, trong vòng một tuần chị đưa bạn chị đến đây thử có được không? Nếu bạn chị thích thì thanh toán phần còn lại, còn nếu không thích thì cửa hàng sẽ hoàn lại tiền cho chị (đối với các khách hàng dự đoán có thể sẽ mua).

Tình huống 6

Bạn chủ động mời khách hàng thử đồ,

nhưng họ không muốn thử.

Ứng đối sai

1. Nếu anh/chị thích thì có thể thử ạ.

2. Đây là mẫu mới của cửa hàng chúng tôi, anh/chị thử xem sao.

3. Bộ này cũng rất đẹp, anh/chị thử xem sao ạ.

Phân tích vấn đề

Đây là một trong những tình huống hay gặp và luôn khiến những người bán hàng đau đầu khi xử lý, bởi nhiều người, đặc biệt là nam giới thường ngại phải thử đồ.

“Nếu anh/chị thích thì có thể thử ạ”, không nên sử dụng câu này vì nó sẽ gây rắc rối cho bạn và tạo áp lực tâm lý cho khách hàng, ngầm ám chỉ “nếu không thích thì đừng bắt tôi phải lấy cho thử”, hay nếu đã thử đồng nghĩa với việc phải mua hàng. Liệu có khách hàng nào dám thử đồ của bạn không?

“Đây là mẫu mới của cửa hàng chúng tôi, mời anh/chị thử xem sao”, đây là mẫu câu kinh điển mà chúng ta thường được nghe trong các cửa hàng thời trang. Có những người bán hàng khi thấy khách vừa bước chân vào hay vừa chạm vào một bộ đồ nào đó thì lập tức sử dụng câu nói này khiến khách hàng thấy nhàm chán. Thực tế, câu nói này không mang lại tác dụng vì một khi đã không thích thì họ chắc chắn không thử đồ.

“Bộ này cũng rất đẹp, anh/chị thử xem sao ạ”, câu này sẽ khiến khách hàng cho rằng người bán hàng thiếu chuyên nghiệp, vì việc khách nhìn thấy bộ nào là lập tức nói bộ đó đẹp sẽ đánh mất lòng tin của họ vào lời tư vấn của người bán, khiến lời nói của người bán trở nên vô nghĩa.

Chiến lược bán hàng

Khi nào khách hàng mới quyết định việc có mua một bộ đồ hay không? Chính là khi họ đã mặc thử và cảm thấy hợp, tỷ lệ mua mà không thử trước rất thấp, vì vậy khuyến khích khách hàng mặc thử đồ cũng chính là một trong những phương pháp nâng cao doanh số. Nhưng trên thực tế, hầu hết khách hàng đều có phản ứng khá tiêu cực trước lời đề nghị này, nguyên nhân có thể là: họ e ngại khi thử xong mà không mua, hay không biết mình hợp với kiểu nào v.v...

Vì thế khi mời khách thử đồ, chúng ta cần phải nắm được tâm lý này để giảm bớt lo lắng cho họ, bạn cần chú ý một số điểm sau đây:

Nắm chắc cơ hội, không được mời khách thử đồ quá sớm, trừ khi bạn thấy bộ trang phục đó thực sự phù hợp với họ.

Lời mời thử đồ lần đầu nhất định phải thật chân thành, vì tỷ lệ đồng ý thử ở lần mời đầu là rất cao.

Khi mời khách thử đồ, bạn phải thể hiện được sự tự tin của mình bằng lời nói hoặc ngôn ngữ cơ thể, đồng thời khéo léo truyền đạt đến khách hàng thông điệp "việc thử đồ sẽ giúp khách hàng đưa ra được quyết định đúng đắn nhất".

Trong trường hợp bị từ chối, bạn không nên từ bỏ dễ dàng. Hãy suy nghĩ một cách thấu đáo, sau đó nói cho khách hàng về lí do nên thử đồ, thuyết phục họ một cách thấu tình đạt lý. Nhưng nên nhớ, không nên mời quá 3 lần vì như vậy khách hàng sẽ cảm thấy vô cùng phản cảm.

Bạn nên xây dựng cho mình hình ảnh một nhân viên tư vấn chuyên nghiệp để tạo dựng niềm tin với khách hàng, điều này có tác dụng rất tích cực khi bạn nói chuyện với họ.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Chị thật có gu thời trang, đây là mẫu mới của cửa hàng chúng tôi, tuần vừa rồi bán rất chạy, dáng chị mà mặc lên chắc chắn sẽ rất đẹp. Chị qua phòng thử đồ thử xem lên người sẽ như thế nào, mời chị qua đây ạ (không cần đợi trả lời, chủ động cầm quần áo hướng khách về phía phòng thử đồ).

NVBH: (khách hàng vẫn đang do dự) Tuy cùng một bộ quần áo nhưng mỗi người mặc lên trông sẽ rất khác nhau, dù em có nói nó đẹp đến đâu mà chị không thử thì cũng không thể biết có hợp với chị hay không.

NVBH: Chị thật có khiếu thẩm mỹ, mẫu mới này của chúng em rất phù hợp với nhân viên văn phòng như các chị, dáng chị lại chuẩn, mặc lên chắc chắn sẽ rất đẹp. Nhưng chị nên thử lên người mới biết có đẹp thật không, mời chị qua bên phòng thử đồ (cầm lấy bộ đồ hướng khách về phía phòng thử đồ).

NVBH: (khách vẫn không muốn thử) Em nghĩ tốt nhất chị nên thử vì kích cỡ quần áo cũng nhiều khi không giống nhau đâu, nó còn tùy vào dáng đồ mà có cái rộng cái chật, nên tốt nhất chị thử xem có vừa không. Nếu mặc lên không vừa thì chị không mua cũng không thấy tiếc.

NVBH: (khách vẫn không thử) Hình như chị vẫn chưa muốn thử phải không ạ, thực ra thì chị mua hay không cũng không quan trọng, em chỉ muốn được phục vụ chị thật tốt thôi. Bộ quần áo

này có điểm nào mà chị chưa thích có thể nói với em được không ạ, em cảm ơn chị! (xuống nước để nhận được sự đồng tình của khách, nếu khách trả lời không thích thì quay lại giai đoạn tư vấn).

Tình huống 7

Sản phẩm của các anh quảng cáo nhiều như thế thì giá chắc chắn phải được đội lên nhiều rồi!

Ứng đối sai

1. Anh/chị muốn mua hàng hiệu thì phải chấp nhận thôi.

2. Có đáng là gì so với anh/chị đâu.

3. Cái này thì tôi không biết.

Phân tích vấn đề

"Anh/chị muốn mua hàng hiệu thì phải chấp nhận thôi" hay "Có đáng là gì so với anh/chị đâu" sẽ khiến cho khách hàng cảm thấy mình thật ngờ nghệch, và khiến họ tức giận.

"Cái này thì tôi không biết" là lời giải thích vô trách nhiệm, không có lợi cho việc bán hàng.

Chiến lược bán hàng

Thực tế các thương hiệu lớn chi rất nhiều cho quảng cáo, giá trị sản phẩm vì vậy cũng tăng lên. Khách hàng một mặt muốn mua được sản phẩm có thương hiệu, mặt khác cũng băn khoăn về việc liệu họ có phải là người chi trả cho các quảng cáo đó không. Những thắc mắc này hoàn toàn bình thường, vì thế nếu được hỏi, nhân viên bán hàng có thể giải thích cho khách từ góc độ phân chia tỷ lệ chi phí quảng cáo, thực tế chi phí quảng cáo chỉ chiếm tỷ lệ rất nhỏ trong giá thành sản phẩm bán ra, hoặc có thể mời các ngôi sao là đại diện hình ảnh của thương hiệu để chứng minh chất lượng sản phẩm, từ đó thuyết phục khách mua hàng.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Thực tế để mở rộng phát triển thương hiệu chúng tôi cũng thực hiện một số quảng cáo, nhưng vì thương hiệu của chúng tôi có uy tín và tầm ảnh hưởng rộng nên một số công ty truyền thông đã ưu ái lấy giá thành thấp hoặc miễn phí, chi phí này chia cho các

đầu sản phẩm cũng chỉ chiếm một khoản tiền không đáng kể. Vì vậy quý khách cũng không cần phải băn khoăn nhiều đâu ạ.

NVBH: Chúng tôi có mời ngôi sao XX làm đại diện cho thương hiệu của mình, điều này cũng để quảng bá cho danh tiếng của công ty. Như chị cũng biết, XX là ngôi sao có tiếng nói trong xã hội, cô ấy luôn cẩn thận trong việc lựa chọn thương hiệu để làm đại diện phát ngôn, việc đồng ý ký hợp đồng với công ty chứng tỏ cô ấy tin tưởng vào chất lượng sản phẩm của chúng tôi. Tất nhiên giá thành sản phẩm cũng sẽ cao hơn một chút nhưng không đáng kể trong khi chị lại có được một sản phẩm chất lượng tốt.

Tình huống 8

Khách hàng lo lắng việc các sản phẩm giảm giá là do chất lượng có vấn đề, dù giải thích thế nào họ cũng nghĩ mình đang bị lừa.

Ứng đối sai

1. Anh/chị yên tâm, chất lượng đều như nhau cả.

2. Đều cùng một mẫu quần áo nên không có chuyện đó đâu ạ.

3. Đều cùng một nhãn hiệu, không sao đâu ạ.

Phân tích vấn đề

Chúng ta đều biết các hãng thời trang, đặc biệt là thời trang nữ, thường có các chương trình giảm giá cuối vụ để thanh lý hàng tồn kho, và điều này cũng phát sinh một số vấn đề mang tính tiêu cực như trường hợp nêu trên.

Để làm tốt công việc của mình, người bán hàng cần phải ghi nhớ "chú tâm làm đúng việc, chuyên tâm làm việc tốt". Một bộ phận nhân viên bán hàng trả lời khách hàng chỉ cho tròn nghĩa vụ, ngôn ngữ biểu hiện không cảm xúc, không thật tâm và nhiệt tình, không hề có tính thuyết phục.

Thực tế, khi khách đặt câu hỏi này về bề ngoài là hoài nghi chất lượng sản phẩm, nhưng thực chất lại thiếu tin tưởng đối với người bán hàng. Vì vậy, điểm mấu chốt để giải quyết vấn đề là lấy được niềm tin của khách hàng.

Chiến lược bán hàng

Nắm bắt tâm lý khách hàng là một việc vô cùng nan giải. Họ mặc

cả được càng nhiều thì càng cảm thấy hài lòng, nhưng nếu bạn dễ dàng giảm giá thì họ lại nghi ngờ chất lượng sản phẩm. Khi khách hàng đặt câu hỏi này, bạn trả lời thành thật. Hãy giải thích cho họ nguyên nhân chính của việc giảm giá, đồng thời nhấn mạnh vào ưu điểm về giá cả để thuyết phục họ mua hàng. Các bạn – những người bán hàng hãy ghi nhớ: khi chúng ta cư xử tự nhiên, chân thành, ngôn ngữ giàu tính thuyết phục và thể hiện là người bán hàng dám chịu trách nhiệm, chắc chắn khách hàng sẽ hoàn toàn tin tưởng vào bạn.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Em hiểu tại sao chị lại hỏi như vậy, nhưng em đảm bảo với chị lô hàng giảm giá này cùng một nhà sản xuất, chị không cần phải băn khoăn về chất lượng. Bây giờ đang giảm giá, chị mà mua là rất sáng suốt đấy ạ! (biểu thị sự đồng tình với khách đồng thời nhấn mạnh vào ưu điểm giá cả)

NVBH: Chị hỏi cũng có lý ạ, nhưng đây là mẫu cửa hàng em đã hết size nên mới bán giảm giá, chất lượng không khác gì các mẫu khác, chị yên tâm nhé. (trước tiên đồng tình với khách sau đó giải thích rõ ràng cho họ)

NVBH: Chị ơi, dù là hàng nguyên giá hay hàng giảm giá cũng đều cùng một nhà sản xuất nên chất lượng hoàn toàn giống nhau. Như mẫu chị đang thấy thì chất lượng lẫn thời gian bảo hành không có gì thay đổi, mà giá lại rẻ hơn rất nhiều. Chị cứ yên tâm nhé!

Tình huống 9

Các anh/chị bán hàng thì nói gì chẳng hay, làm gì có ai bán dưa mà chê dưa của mình không ngọt.

Ứng đối sai

1. Anh/chị nói thế thì tôi cũng chả biết làm thế nào.

2. Vậy thôi, dù sao thì nói gì anh/chị cũng không tin.

3. Im lặng, tiếp tục làm việc của mình

Phân tích vấn đề

“Anh/chị nói thế thì tôi cũng chả biết làm thế nào”, câu này thoạt tiên có vẻ bạn đang cảm thấy thực sự bất lực nhưng thực chất lại

mang ngữ khí rất mạnh, ngầm bảo với khách rằng tôi chả còn lời nào để nói, tôi không thèm để ý đến các người nữa.

"Vậy thôi, dù sao thì nói gì anh/chị cũng không tin", ý của câu này là tôi có giải thích thêm anh/chị cũng không tin, vậy tôi không thèm để ý đến anh/chị nữa.

Hành động im lặng, tiếp tục làm việc của mình sẽ truyền đến khách hàng thông điệp: nhân viên bán hàng đuối lý, đồng ý với câu nói của mình.

Chiến lược bán hàng

Nói chung, chữ tín trên thị trường nói chung hiện nay vẫn chưa được coi trọng đúng mức, từ các doanh nghiệp sản xuất thời trang, các nhà phân phối, các liên doanh đến các nhân viên bán hàng đều chưa đánh giá hết được tầm quan trọng của vấn đề này. Một số nhân viên bán hàng, để hoàn thành được doanh số, đã bán cho khách những trang phục không thực sự phù hợp với họ, đến khi khách có khiếu nại thì tỏ ra vô trách nhiệm. Điều này đã khiến khách hàng không thực sự tin tưởng vào những lời giới thiệu của người bán.

Trong trường hợp này, việc đầu tiên bạn phải làm là lấy lại niềm tin từ khách hàng, vì một khi khách đã không tin tưởng thì bạn nói gì cũng vô ích. Hãy thể hiện sự đồng thuận với khách về một số hành vi thực tế đã phát sinh trong ngành, xin lỗi họ về điều đó và nói rõ lập trường, thái độ của cửa hàng mình. Hãy thuyết phục họ bằng những lời nói chân thành và khách quan nhất!

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Vấn đề này thực tế cũng đã xảy ra ở một số cửa hàng không có trách nhiệm, họ chỉ cốt làm sao để bán được hàng, nên tôi rất hiểu những lo lắng của chị. Tuy nhiên xin chị hãy yên tâm, cửa hàng của chúng tôi đã kinh doanh ở đây hơn 3 năm, tôn chỉ của chúng tôi là mang đến cho khách hàng những chất lượng và dịch vụ tốt nhất, tôi tin chắc chị sẽ hoàn toàn hài lòng khi mua đồ ở cửa hàng chúng tôi.

NVBH: Chị nói rất đúng, không ai bán hàng mà không nói đồ của mình tốt cả, nhưng tốt hay không phải do chính khách hàng nói ra mới có ý nghĩa. Cửa hàng chúng tôi mở ở đây cũng hơn 5 năm rồi, chúng tôi cũng có hơn 5, 6 chuỗi bán lẻ nữa, chị cứ yên tâm về uy tín của chúng tôi. Chị cứ thử một bộ xem sao, bản thân mình phải tự cảm nhận mới được.

Tình huống 10

Khi cửa hàng đông khách, phải làm thế nào để khách thấy mình được quan tâm mà không bỏ đi?

Ứng đối sai

1. Một lúc nữa anh/chị quay lại nhé?

2. Anh/chị đợi cho một chút để em phục vụ vị khách kia xong đã nhé.

3. Mặc kệ dù khách hỏi.

Phân tích vấn đề

Những đối đáp trên sẽ khiến cho khách hàng cảm thấy bị bỏ mặc, không được tôn trọng. Mặc kệ khách hoặc thậm chí không thèm nhìn họ lại càng bất lịch sự hơn. Rất nhiều vị khách vì bị đối xử như vậy đã tức giận mà bỏ đi.

Chiến lược bán hàng

Nhiều khi cửa hàng quá đông khách đến mức người bán hàng phục vụ không xuể. Việc giữ chân được khách hàng trong lúc quá đông khách cũng là một bài toán khó. Kỳ thực khách hàng cũng sẽ thông cảm cho bạn trong trường hợp này, nếu bạn tỏ ra khéo léo và không sử dụng những từ ngữ khiến họ phật ý. Hãy đánh giá lượng khách hàng và nhu cầu mua hàng của họ để bố trí phục vụ hợp lý, tuyệt đối không được coi trọng người này mà phớt lờ người kia. Sử dụng những lời thật chân thành và nhẹ nhàng giải thích để họ hiểu và thông cảm.

Người bán hàng nhất định phải nắm chắc nguyên tắc: phục vụ lần lượt theo thứ tự, ai đến trước sẽ được phục vụ trước, nếu không sẽ gây khó chịu cho khách hàng. Đối với những khách đến sau, bạn cần phải chào hỏi lịch sự và mời họ đợi một chút, sau khi đã phục vụ xong cho khách đến trước thì quay ra phục vụ người đến sau, giải thích qua cho họ hiểu đồng thời lịch sự xin lỗi họ.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Thật vô cùng xin lỗi chị, hôm nay cửa hàng đông khách quá mà nhân viên lại không đủ, có gì không phải mong chị thông cảm. Ở đây có mấy mẫu mới ra năm nay, chị cứ xem qua trước, nếu thích mẫu nào thì gọi em, em sẽ lấy cho chị thử nhé.

NVBH: (khách đã thông cảm, quay lại khách hàng đến trước) Xin lỗi đã để chị phải đợi lâu. Chị muốn thử mẫu này phải không ạ, để em lấy cho chị xem nhé?

NVBH: (đối với khách hàng cũ đến để nói chuyện) Hôm nay đông khách quá em chưa ngồi nói chuyện với chị được, chị thông cảm giúp em nhé. Bây giờ chị ngồi uống nước đợi em hay chị có muốn xem mẫu mới ra của cửa hàng không ạ?

Tình huống 11

Hàng mới bóc hộp, khách sau khi thử rất ưng ý, nhưng họ lại muốn lấy một chiếc mới khác mà thực tế chỉ còn đúng một chiếc duy nhất.

Ứng đối sai

1. Chỉ còn một chiếc này thôi, anh/chị không lấy thì em cũng chịu.

2. Mẫu này chỉ còn đúng một chiếc thôi, hay anh/chị chọn mẫu khác xem sao.

3. Nếu có chiếc khác thì em sẽ lấy cho anh/chị, nhưng thực sự chỉ còn chiếc duy nhất này thôi.

4. Đây là hàng mới, lại bóc ngay trước mặt anh/chị còn gì.

Phân tích vấn đề

Khi bỏ tiền mua một món hàng, khách hàng luôn có tâm lý phải mua được món mới nhất, vì thế sau khi đã thử và ưng ý họ hay yêu cầu người bán hàng lấy cho chiếc mới khác để thanh toán. Nhưng trong trường hợp chỉ còn chiếc duy nhất đó, bạn sẽ làm gì lúc này?

“Chỉ còn đúng một chiếc này thôi, anh/chị không lấy thì em cũng chịu”, ý của câu này là anh/chị có mua hay không thì tùy, đồng thời tạo áp lực tâm lý rất lớn lên khách hàng.

“Mẫu này chỉ còn đúng một chiếc thôi, hay anh/chị chọn mẫu khác xem sao”, khách khó khăn lắm mới chọn ra được bộ đồ ưng ý, nói như vậy khác nào phủ định hoàn toàn sự lựa chọn của họ. Hơn nữa bạn còn mất công giới thiệu thêm một bộ khác.

“Nếu có chiếc khác em sẽ lấy cho anh/chị, nhưng thực sự chỉ còn

chiếc duy nhất này thôi" hay "Đây là hàng mới, lại bóc ngay trước mặt anh/chị còn gì", về bản chất thì hai câu này không có vấn đề gì, nhưng lại không có hiệu quả thuyết phục.

Chiến lược bán hàng

Việc giải quyết một vấn đề rất quan trọng, nhưng tìm ra nguyên nhân để hạn chế đến mức tối đa vấn đề có thể phát sinh mới chính là chìa khóa giúp cửa hàng của bạn nâng cao được doanh số và thu được nhiều lợi nhuận hơn.

Trong trường hợp này, trước hết nhân viên bán hàng phải nắm được số liệu hàng tồn kho khi giới thiệu cho khách, tránh để tình huống này phát sinh. Thứ hai, nếu thực sự nảy sinh vấn đề thì bạn cũng hãy đứng ở lập trường người mua để thông cảm với họ, bởi dù là hàng bóc ngay trước mặt họ nhưng sau khi đã thử xong thì bộ quần áo đó sẽ không còn là mới nữa. Khi đó, bạn hãy tỏ ra ngạc nhiên một chút và sau đó khéo léo giải thích cho họ. Bạn cũng có thể tận dụng việc "chỉ còn một chiếc duy nhất" này để tạo áp lực cho khách, khiến họ phải bỏ tiền ra mua.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Để em giải thích một chút, từ trước tới nay, cửa hàng em mỗi mẫu quần áo chỉ nhập số lượng rất hạn chế. Kiểu chị vừa mặc thực sự chỉ còn duy nhất một bộ, lại là hàng hoàn toàn mới, chị yên tâm nhé. (khi thấy khách đang suy nghĩ hay do dự thì ngay lập tức đề nghị họ mua). Mời chị qua đây để em gói cho chị nhé.

NVBH: Chị ơi, đúng là cửa hàng chỉ còn duy nhất một chiếc này thôi, chị muốn lấy chiếc khác thì cũng không còn đâu ạ. Hay để em nói với quản lý xem có chiết khấu được cho chị theo ưu đãi dành cho khách hàng VIP không, chị thấy thế nào ạ? (lấy ưu đãi về giá để hấp dẫn khách hàng, khi khách ngầm chấp nhận thì lập tức tiến hành thanh toán)

NVBH: Đúng là bộ này anh mặc rất đẹp nhưng tiếc là chỉ còn duy nhất một bộ, anh muốn lấy bộ mới hơn cũng không còn đâu ạ, chỉ còn cách đặt thêm cho anh thôi. Hay anh để lại số điện thoại và đặt cọc, khi nào hàng mới về chúng tôi sẽ lập tức gọi cho anh?

Tình huống 12

Khách vào ngắm một lượt rồi nói: hồi trước tôi cũng mua đồ của các anh, nhưng chất lượng không tốt lắm.

Ứng đối sai

1. Ồ! có thật không ạ?

2. Sao như vậy được, từ trước đến giờ có ai nói như vậy đâu.

3. Đấy là chuyện trước kia, còn bây giờ hàng của chúng tôi đã được cải tiến hơn nhiều.

Phân tích vấn đề

Khi khách hàng đã có ấn tượng không tốt về cửa hàng của bạn, thì việc đầu tiên không nên chất vấn họ, hãy làm một điều gì đó để giải tỏa sự bức xúc của họ, qua đó hướng khách đến việc chọn mua đồ mới.

"Ồ, có thật không ạ?", "Sao như vậy được, từ trước đến giờ có ai nói như vậy đâu" là những câu biểu thị thái độ không coi trọng lời nói của khách hàng, nghi ngờ họ đang nói dối.

"Đấy là chuyện trước kia, còn bây giờ hàng của chúng tôi đã được cải tiến hơn nhiều" có nghĩa đồng ý với nhận xét của khách nhưng không đưa ra được lý do thuyết phục.

Chiến lược bán hàng

Trước hết bạn hãy tỏ rõ thiện chí của mình bằng cách hỏi thêm khách hàng về những vấn đề khiến họ chưa hài lòng, sau đó thực hiện công việc dẫn dắt khách mua như thường lệ. Khi đó khách chắc chắn sẽ đưa ra một loạt những vấn đề và ý kiến của họ, hãy tự tin trả lời họ, khiến họ bị thuyết phục bởi những lời giải thích của bạn. Làm được điều này bạn không những xử lý được mọi khúc mắc của khách mà còn hóa giải được tâm lý khó chịu vốn có của họ.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Rất cảm ơn chị vì đã ủng hộ cửa hàng chúng tôi trong thời gian qua, có lẽ lần trước đã làm chị không hài lòng, chúng tôi vô cùng xin lỗi. Chị có thể cho tôi biết điểm nào chị chưa hài lòng không ạ? (trước hết phải xin lỗi khách, sau đó mới tìm hiểu nguyên nhân để hóa giải sự bất mãn của họ)

NVBH: Dù sao chúng tôi cũng vô cùng xin lỗi chị, và cũng rất cảm ơn chị đã góp ý để cửa hàng khắc phục. Mong chị sẽ bỏ qua chuyện cũ để tiếp tục ủng hộ chúng tôi, chúng tôi nhất định sẽ mang đến

cho chị những sản phẩm và chất lượng tốt nhất, vì gần đây chúng tôi đã có những thay đổi cải tiến mới, ví dụ như…

Chương II.

Xử lý những vấn đề thường gặp ở giai đoạn khách thử đồ

Tình huống 13

Khách hàng sau khi thử vài bộ đồ, im lặng và có ý định bỏ đi.

Ứng đối sai

1. Thử nhiều như vậy mà anh/chị không thích bộ nào sao?

2. Bộ anh/chị vừa mặc rất đẹp đấy chứ!

3. Anh/chị muốn tìm những kiểu như thế nào?

4. Không biết ra làm sao nữa, chả thấy nói năng gì.

Phân tích vấn đề

“Thử nhiều như vậy mà anh/chị không thích bộ nào sao?” là một cách nói hết sức vô duyên, khách hàng sẽ trả lời một cách tiêu cực, bởi họ nghĩ bạn đã mất kiên nhẫn.

“Bộ anh/chị vừa mặc rất đẹp đấy chứ!” mang tính khiêu chiến, rất khó giữ được chân khách hàng.

“Anh/chị muốn tìm những kiểu như thế nào?” mang ngữ khí quá mạnh, thể hiện sự mất kiên nhẫn.

“Không biết ra làm sao nữa, chả thấy nói năng gì” là suy nghĩ tiêu cực của người bán hàng, khi gặp tình huống này trước hết bạn cần xem xét lại thái độ phục vụ khách có chỗ nào chưa tốt thay vì vặn vẹo đổ lỗi cho họ.

Chiến lược bán hàng

Sự thực là nếu thời gian cho phép thì khi khách muốn thử nhiều đồ chúng ta cũng phải phục vụ họ với thái độ vui vẻ và chu đáo nhất, điều này sẽ khiến khách hàng cảm thấy ngại ngùng nếu không mua bộ nào. Kỳ thực tâm lý của khách hàng đôi khi cũng hay thay đổi, đặc biệt là nữ giới, họ hay bị hấp dẫn và hay so sánh. Với đối tượng khách này, bạn hãy thẳng thắn trao đổi với họ, hỏi rõ nguyên nhân và tìm hiểu nhu cầu thực sự của họ.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Chị ơi hãy khoan đi đã ạ, mấy mẫu này chị không thích hay do em phục vụ chưa được chu đáo ạ? Chị cứ nói với em, em cũng chỉ mong chị hài lòng thôi. Chị thích những kiểu như thế nào, em sẽ lựa tiếp cho chị thử nhé! (ngữ điệu tự nhiên, thẳng thắn)

NVBH: Chị ơi đừng vội đi ạ, em thấy bộ chị vừa mặc cũng rất đẹp, có điểm nào chị chưa ưng không ạ? (tìm hiểu nguyên nhân khách định bỏ đi và tìm hướng giải quyết)

NVBH: Em rất xin lỗi, là do em giải thích chưa được rõ, thực ra bộ đó… (giải thích rõ hơn thắc mắc của khách hàng)

Tình huống 14

Thực tế khách hàng mặc rất vừa nhưng họ lại nói: Bộ này mặc cảm giác hơi chật.

Ứng đối sai

1. Thế mới tôn được dáng chứ ạ.

2. Kiểu này thiết kế như vậy mà.

3. Kiểu này mà mặc rộng thì lại không đẹp đâu ạ.

4. Bộ này co giãn tốt, chị mặc mấy lần sẽ giãn ra đấy.

Phân tích vấn đề

Hình dáng cơ thể của mỗi người mỗi khác, size quy định của mỗi hãng cũng không giống nhau, có khi hơi chật hay hơi rộng một chút, vì thế khách khi mua hàng phải mặc thử, nếu vừa thì mới mua. Thêm vào đó, mỗi khách hàng lại có thói quen mặc đồ theo gu riêng, họ sẽ không thể ngay lập tức thích ứng được với một kiểu thời trang mới, lúc này nhân viên bán hàng nên đứng trên

lập trường của khách hàng để dần thuyết phục họ, không nên phủ nhận ngay lập tức.

“Thế mới tôn được dáng chứ ạ” hay “Kiểu này mà mặc rộng thì lại không đẹp đâu ạ” là những kiểu giải thích thiếu tính thuyết phục, khiến khách nghĩ rằng người bán hàng đang viện lý do để bán cho kỳ được bộ đồ đó.

“Kiểu này thiết kế như vậy mà”, ngầm ám chỉ chị có mua hay không là việc của chị.

“Bộ này co giãn tốt, chị mặc mấy lần sẽ giãn ra đấy” sẽ khiến khách hàng hoài nghi chất lượng của bộ đồ.

Chiến lược bán hàng

Để trở thành một người bán hàng chuyên nghiệp bạn nên ghi nhớ: chỉ những người bán hàng thông minh mới được khách hàng coi trọng và tin tưởng. Hãy khiến cho khách hàng của bạn thấy được sự chuyên nghiệp trong cung cách phục vụ, khiến họ tự nguyện để được bạn dẫn dắt, đừng vội tuân theo yêu cầu của khách, vì đôi khi sự lựa chọn của họ chưa chắc đã chính xác. Tuy nhiên, bạn cũng không nên tìm đủ mọi cách để bán cho được một bộ đồ nếu nó không phù hợp với họ, đừng thuyết phục họ bằng những lý lẽ mà ngay bạn cũng không phân biệt được có đúng hay không. Dũng cảm nhận sai và dẫn khách hàng đi theo một hướng khác thay vì cố chấp đi vào ngõ cụt.

Trong trường hợp này, trước hết bạn hãy hỏi khách về thói quen ăn mặc của họ để đồng tình với nhận xét của họ, sau đó khéo léo chuyển đề tài thuyết phục khách đồng ý thay đổi thói quen và dùng quan niệm đó bằng những hiểu biết chuyên môn của bạn.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Đúng rồi, kiểu này cửa hàng em thiết kế dáng hơi ôm, chị quen mặc rộng chắc là chưa quen lắm, nhưng dáng người chị đẹp, mặc lên sẽ rất gợi cảm. Vải được làm từ chất lycra co giãn tốt, mặc mấy lần sẽ thoải mái ngay thôi. Không giấu gì chị, tháng trước cũng có một chị hay mặc đồ rộng giống như chị đến mua hàng, chị ấy ban đầu cũng không thích nhưng sau khi mua và mặc rồi thì bây giờ ưng lắm.

NVBH: Ồ! vậy từ trước đến giờ chị thích mặc đồ rộng phải không ạ? Chả trách chị chưa quen, vì mặc đồ rộng sẽ thoải mái hơn một chút, nhưng mặc đồ bó cũng có cái đẹp của nó, có thể lúc đầu chưa

quen chị sẽ cảm thấy hơi chật, nhưng thực ra không phải thế đâu. Chị có đôi chân dài và đẹp, mặc kiểu này sẽ rất tôn dáng. Hay là chị thử đổi phong cách một chút xem sao? (nếu thấy khách không phản đối thì lập tức đề xuất mua)

NVBH: (nếu khách không đồng ý) Vậy thế này, để em lấy cho chị size to hơn, chị mặc thử để nhận xét nhé.

NVBH: Đúng là bộ này có hơi nhỏ một chút, chị đợi để em lấy cho chị size to hơn nhé (như vậy khách hàng sẽ thông cảm cho bạn).

Tình huống 15

Thôi, tôi thấy mặc bộ này lên trông hơi mập.

Ứng đối sai

1. Em thấy đẹp mà.

2. Không mập mà, em lại thấy hơi gầy đó.

3. Kiểu này như thế mà, chị cài cúc vào là ổn.

Phân tích vấn đề

"Em thấy đẹp mà" hay "Không mập mà, em lại thấy hơi gầy đó", hai câu này thuộc vào loại tư duy thẳng, không mang tính thuyết phục.

"Kiểu này như thế mà, chị cài cúc vào là ổn" biểu thị ngầm đồng ý với nhận xét của khách.

Chiến lược bán hàng

Phụ nữ hiện đại luôn quan niệm "gầy mới đẹp" và họ tìm đến thời trang để hoàn thiện hình thức của mình, giúp bản thân hấp dẫn hơn trong mắt người khác. Vì vậy, khi khách hàng đưa ra những nhận xét như thế, bạn hãy dùng những lý lẽ thuyết phục nhất để phân tích cho họ bằng con mắt chuyên nghiệp.

Người bán hàng không nên phủ nhận hay khen lấy lệ, vì như thế khách sẽ không tin. Bạn hãy sử dụng những ngôn từ mềm mại dễ nghe nhất kiểu như mập là phúc hậu, da ngăm đen là da khỏe, v.v... những từ ngữ này gần nghĩa, liên quan với nhau sẽ giúp khách hàng cảm thấy tốt hơn.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Chị ơi, đầy đặn một chút trông mới phúc hậu. Trông chị rất có phúc, toát lên sự ung dung, nhàn hạ, nhiều người mong mà không được. Bộ đồ này quả thực rất hợp với chị, chị xem…(trước tiên chuyển đổi một chút khái niệm, sau thuận theo đó để nói về ưu điểm của bộ đồ)

NVBH: Trước đây chị thích mặc đồ rộng hay đồ bó ạ? (khách trả lời "đồ rộng")

NVBH: Ồ vậy chả trách chị chưa quen là phải rồi, thực ra bộ này rất phong cách, chị mà mặc mấy lần sẽ thấy quen ngay thôi. Chân chị lại dài nữa, mặc hơi bó như thế này chẳng phải càng hấp dẫn hơn sao!

NVBH: (nếu khách vẫn nói nhìn hơi mập) Chị thấy điểm nào làm bộ này mặc lên trông hơi mập ạ, màu sắc, kiểu dáng hay do chất liệu? (sau đó dựa theo câu trả lời của khách để giải thích hoặc tư vấn một bộ khác)

NVBH: Chị thấy mặc lên trông hơi mập phải không ạ? (khách gật đầu)

NVBH: Thực ra chị mặc bộ này rất hợp đấy, trông không mập chút nào, có thể em nói chị không tin, nhưng chị xem nhé: phần thân áo blazer ở trên lấy màu chủ đạo là đen, màu này có tác dụng trông gầy hơn rồi, còn phần chân váy in hình hoa li ti, sẽ giúp chị trông gọn gàng hơn. Em thấy rất đẹp, có thể chị chưa quen, nhưng chị cứ ngắm lại xem.

Tình huống 16

Tôi không thích kiểu này, trông đứng đắn quá, mặc lên chắc sẽ rất già.

Ứng đối sai

1. Phong cách này rất hợp với chị đấy.

2. Em lại thấy chị mặc lên sẽ trẻ hơn đấy.

3. Không đâu, chị mà mặc bộ này trông sẽ rất ra dáng thành đạt.

4. Sao lại không hợp chứ, hay chị chọn kiểu khác xem.

Phân tích vấn đề

Bất cứ ai mua đồ cũng đều mong muốn mua được loại hoàn hảo

nhất, nhưng liệu cửa hàng của bạn lúc nào cũng đáp ứng được tiêu chí này hay không. Là người bán hàng, bắt buộc bạn phải nắm vững được ưu nhược điểm của hàng hóa và đối tượng khách hàng mà mình phục vụ. Những lời giải thích chung chung, nhập nhằng không thể giải quyết được vấn đề.

"Phong cách này rất hợp với chị đấy", "Em lại thấy chị mặc lên sẽ trẻ hơn đấy" hay "Không đâu, chị mà mặc bộ này trông sẽ rất ra dáng thành đạt", đây là những lời góp ý thiếu thuyết phục, không thể hiện sự đồng tình cần có, khách hàng vì thế sẽ nghĩ rằng bạn giả dối và không tin bạn.

"Sao lại không hợp chứ, hay chị chọn kiểu khác xem", đây không phải là cách mà một nhân viên bán hàng chuyên nghiệp nên làm, nó thể hiện sự thỏa hiệp của bạn khi chưa nỗ lực tìm cách giải quyết, làm tăng khối lượng công việc trong khi hiệu quả chắc chắn sẽ giảm đi nhiều.

Chiến lược bán hàng

Không có loại quần áo nào không tốt, chỉ có người bán quần áo chưa tốt; không có loại quần áo nào không bán được, chỉ có người không biết bán quần áo mà thôi. Bất cứ kiểu quần áo nào cũng đều có những ưu điểm riêng. Khi tình hình kinh doanh ảm đạm, đừng vội đổ lỗi cho hàng hóa, thời tiết, đối thủ cạnh tranh hay thương hiệu, hãy thẳng thắn nhìn nhận kiểm điểm lại cách thức bán hàng của mình để tìm ra hướng khắc phục. Hãy trang bị cho mình những kiến thức về kiểu cách, màu sắc, size và ưu điểm của từng loại trang phục, nắm được những hoàn cảnh có thể mặc và hoạch định nhóm khách hàng mục tiêu của chúng.

Trong trường hợp này, bạn đừng cố tranh luận với khách hàng, như vậy sẽ chỉ khiến họ thêm khó chịu. Ngược lại, hãy đứng trên lập trường của họ để tán thành, đồng thời giới thiệu thêm về những ưu điểm của bộ đồ. Nếu khách vẫn không thích thì bạn có thể hỏi họ kỹ hơn về sở thích mặc, về hoàn cảnh sẽ mặc v.v...để tư vấn cho họ những mẫu quần áo khác.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Đúng là bộ này trông có hơi chững chạc, chị định mặc bộ này đi làm hay đi chơi ạ?

NVBH: (khách nói mặc để đi làm) Nếu để mặc đi làm thì quá phù hợp rồi, bộ này màu sẫm sẽ giúp chị trông đĩnh đạc và rất có sức hút. Chị lại có nụ cười thân thiện thế này chắc chắn sẽ chiếm được

cảm tình của đồng nghiệp và khách hàng đấy.

NVBH: Em hiểu thực ra bộ này chỉ phù hợp với công sở thôi. Chị có muốn em tư vấn thêm về cách mặc đồ không ạ? (nếu khách dễ nói chuyện)

NVBH: Dựa theo dáng người, màu da và công việc của chị thì em thấy bộ này rất hợp, vì kiểu dáng, màu sắc mang lại cảm giác..., bình thường chị không hay mặc kiểu như vậy nên chắc sẽ chưa quen mắt. Hay chị cứ mặc thử nhé, mời chị qua bên này ạ.

NVBH: Bộ này mặc lên đúng là sẽ có cảm giác hơi nghiêm túc, vậy chị muốn chọn kiểu dáng như thế nào ạ? Với kinh nghiệm của em, em tin chắc chắn sẽ giúp chị chọn được bộ ưng ý nhất.

Tình huống 17

Tôi rất thích bộ này nhưng đồng nghiệp của tôi cũng có một chiếc y hệt, lại còn cùng một văn phòng nữa chứ!

Ứng đối sai

1. Vậy chị xem bộ khác nhé.

2. Hay chị lấy màu khác vậy.

2. Chị không nhất định phải mặc đi làm mà.

3. Mỗi người mặc lên trông cũng khác nhau mà chị.

Phân tích vấn đề

"Vậy chị xem bộ khác nhé", "Hay chị lấy màu khác vậy" đều thể hiện sự đồng tình với suy nghĩ của khách, nó chứng tỏ bạn không hề có ý định thay đổi quyết định của khách hàng, chính điều này sẽ làm giảm hiệu suất làm việc và hình ảnh chuyên nghiệp của bạn trong mắt họ.

"Chị không nhất định phải mặc đi làm mà", khách có thể sẽ hỏi vặn lại và từ chối mua.

"Mỗi người mặc lên trông cũng khác nhau mà" sẽ không giải quyết được vấn đề một cách trực diện và không có tính thuyết phục.

Chiến lược bán hàng

Người bán hàng cần phải học cách kiên định đối với sự thật, nhưng cũng không nên kiên định đến mức cố chấp. Dù biết có sự trùng lặp nhưng khách hàng vẫn phân vân do dự, điều này chứng tỏ họ đã thật sự thích. Nếu người bán khuyến khích thì có thể trong lúc nhất thời khách sẽ mua, nhưng nếu sau này khách hàng và đồng nghiệp của họ vô tình mặc trùng nhau, họ sẽ vô cùng bối rối và sẽ trách cứ người bán.

Cách tốt nhất để xử lý vấn đề này là bạn hãy tư vấn cho khách một bộ khác có kiểu dáng, chất liệu và màu sắc tương tự.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Vậy sao, thật là trùng hợp quá. Kiểu áo blazer đen này có ưu điểm là… nên được nhiều người ưa chuộng. Nhưng em thấy chị hợp với màu be hơn, trông nhã nhặn lịch sự, cá tính mà không khoa trương. Chị qua đây thử nhé…

NVBH: Thật trùng hợp, nhưng đồng nghiệp mặc đồ giống hệt nhau cũng không hay lắm. Cửa hàng em vừa hay lại nhập đến 3 mẫu cùng phong cách này, màu sắc hoa văn cũng rất hợp với phong cách của chị. Để em lấy cho chị thử nhé.

Tình huống 18

Kiểu này người ta mặc nhan nhản ngoài đường, tôi không mua nữa đâu.

Ứng đối sai

1. Chứng tỏ đồ của chúng tôi rất được ưa chuộng đấy chứ.

2. Thực ra mỗi người mặc lên trông cũng không giống nhau mà.

3. Quần áo bị trùng lặp là chuyện bình thường mà.

4. Sao có thể như thế được, mỗi mẫu chúng tôi nhập số lượng rất hạn chế.

Phân tích vấn đề

“Chứng tỏ đồ của chúng tôi rất được ưa chuộng đấy chứ” hay “Thực ra mỗi người mặc lên trông cũng không giống nhau mà” đều không có tác dụng giải quyết trực diện vấn đề, không loại bỏ được những băn khoăn của người mua, mà chỉ như tự giải thích cho mình nghe.

“Quần áo bị trùng lặp là chuyện bình thường mà”, bạn đang lên lớp cho khách hàng của bạn, đang bảo họ quá ấu trĩ.

“Sao có thể như thế được, mỗi mẫu chúng tôi nhập số lượng rất hạn chế”, bạn phủ nhận ý kiến của khách hàng một cách hết sức đơn giản, nhưng lại thiếu tính thuyết phục và dễ gây ra tranh cãi.

Chiến lược bán hàng

Không ai, đặc biệt là những người yêu thích thời trang, muốn mặc kiểu đồ bị “đụng hàng” với quá nhiều người. Tuy nhiên doanh nghiệp không thể chỉ sản xuất duy nhất một bộ, nhất là với những kiểu được thị trường ưa chuộng.

Trong trường hợp này, khi khách hàng nêu ra việc kiểu dáng quá phổ thông thì người bán hàng trước hết cần tỏ ra hiểu và đồng tình với khách, sau đó giới thiệu cho họ những mẫu giá cao hơn một chút nhưng đặc sắc và ít bị trùng lặp hơn. Ngoài ra, nếu bạn là một người bán hàng ưu tú, hãy tư vấn thêm cho khách các phụ kiện, giày hay túi xách để kết hợp, giúp họ thể hiện được gu thời trang riêng, khi đó nỗi băn khoăn của khách sẽ dần tan biến.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Đúng rồi ạ, gặp một người mặc y hệt mình quả cũng không thích lắm, nếu anh muốn tìm kiểu nào độc đáo mà không bị trùng để em giới thiệu cho anh kiểu sơ-mi lụa này nhé. Kiểu này chúng em nhập rất ít, sẽ không bị đụng hàng nhiều, lại hợp với dáng người và màu da của anh, nhưng giá thì hơi cao một chút. Để em lấy cho anh xem nhé, mời anh qua bên này… (chuyển hướng tập trung của khách hàng, đừng câu nệ vấn đề giá cả. Khuyến khích các bạn áp dụng phương án này)

NVBH: Đúng là do các mẫu quần áo của cửa hàng em đều dễ mặc, chất lượng đảm bảo mà giá cả lại phải chăng nên được rất nhiều khách hàng ưa chuộng. Nhưng gần đây chúng em đã có nhiều thay đổi, mẫu mã chủng loại đa dạng hơn và số lượng phân phối cho các khu vực cũng hạn chế hơn. Vì vậy anh tuyệt đối yên tâm không phải lo lắng nhé.

NVBH: Đúng rồi ạ, những mẫu phổ thông giá hợp lý, chất lượng tốt mà lại dễ mặc nên cũng rất hay bị đụng hàng. Hay chị thử kết hợp với những phụ kiện như trang sức, túi xách và giày mà chị có xem, như vậy sẽ không ai có thể bắt chước mà lại có nét độc đáo riêng, chứng tỏ là chị rất có gu thẩm mỹ. Chị thấy thế nào ạ?

Tình huống 19

Thôi đừng gạt tôi, tôi mặc bộ này không hợp đâu.

Ứng đối sai

1. Sao lại không hợp chứ, em thấy đẹp mà.

2. Kiểu này chúng em bán chạy lắm.

3. Thế chị thử kiểu khác xem nhé.

Phân tích vấn đề

"Sao lại không hợp chứ, em thấy đẹp mà", bạn nên biết để giải tỏa những băn khoăn của khách hàng thì cách tốt nhất là không nên đứng trên lập trường của người bán để nhận xét, vì giả dụ lúc đó khách đồng ý mua thì sau này chắc chắn sẽ hối hận mà quay lại đòi trả đồ, sẽ vô cùng rắc rối. Bạn chỉ là người tư vấn, thúc đẩy quá trình mua bán chứ không có quyền quyết định thay cho khách hàng.

"Kiểu này chúng em bán chạy lắm" thuộc loại biểu đạt "tự hỏi tự trả lời", không có tác dụng vì quần áo bán chạy đến mấy cũng chưa chắc hợp với mọi dáng người.

"Thế chị thử kiểu khác xem nhé" có nghĩa bạn đồng ý với nhận định của khách hàng, bạn không làm gì cả để thay đổi tình hình, không những vậy bạn sẽ lại mất thêm công tư vấn, hiệu suất công việc của bạn sẽ giảm đi.

Chiến lược bán hàng

Vũ khí đắc dụng để xử lý trong mọi tình huống của người bán hàng chính là đặt câu hỏi, vấn đề càng khó xử lý thì vũ khí này càng trở nên lợi hại. Vì thông qua việc trả lời câu hỏi, bạn sẽ hiểu được suy nghĩ của khách hàng, bạn sẽ chuyển từ thế bị động sang chủ động. Đây gọi là lấy bất biến ứng vạn biến, vừa có thể hiểu để thuyết phục khách, vừa khiến khách thấy được tôn trọng.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Chị là khách quen sao em dám dối chị chứ, thế có điểm nào chị chưa ưng có thể nói em biết được không ạ?

NVBH: (sau khi khách trả lời) Thực ra thế này chị ạ…

NVBH: Em xin lỗi vì lúc nãy chưa biết tình hình nên làm mất thời gian của chị, chị bỏ qua nhé. Thực ra cửa hàng cũng mới nhập thêm mấy mẫu mới chắc sẽ hợp với chị hơn, để em lấy chị xem nhé…

Tình huống 20

Thôi tôi không thử nữa đâu, kiểu này giống kiểu tôi mua năm ngoái rồi.

Ứng đối sai

1. Sao lại giống được ạ?

2. Đây là mẫu mới năm nay mà!

3. Cũng khó tránh bị giống chút xíu chị ạ.

4. Ý chị bảo kiểu nào của năm ngoái ạ?

Phân tích vấn đề

"Sao lại giống được ạ?" hay "Đây là mẫu mới năm nay mà!" hoàn toàn thiếu tính thuyết phục, khách sẽ nghĩ quần áo của cửa hàng bạn không có gì đặc sắc.

"Cũng khó tránh bị giống chút xíu chị ạ", câu này ám chỉ khách thiếu kiến thức căn bản, làm cho họ bị bối rối.

"Ý chị bảo kiểu nào của năm ngoái ạ?" sẽ khiến cho khách có những liên tưởng tiêu cực, cách đặt câu hỏi này không mang lại hiệu quả mà chỉ khiến cho bạn gặp thêm phiền phức.

Chiến lược bán hàng

Hầu hết trong mọi trường hợp khách hàng sẽ không mua lại những kiểu quần áo mà họ đã có, nhưng mọi con đường đều dẫn tới La Mã, bạn hãy khuyến khích họ thay đổi thói quen ăn mặc và thử những kiểu mới hơn, hãy linh hoạt để kích thích nhu cầu mua của họ.

Trong trường hợp này, khách hàng sẽ cảm thấy nhàm chán với những kiểu trang phục tương tự với những gì họ đã mua trước đó, bạn hãy giúp họ thay đổi thói quen ăn mặc, giới thiệu những mẫu quần áo có kiểu dáng, màu sắc, phong cách khác nhau và đề nghị họ mặc thử.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Hóa ra chị thích phong cách này ạ. Cửa hàng em cũng mới nhập thêm mấy mẫu cùng phong cách này nhưng kiểu dáng có khác đôi chút, để em lấy cho chị xem, chắc chắn chị sẽ rất thích đấy. Mời chị qua bên này ạ…

NVBH: Để em đoán nhé, chắc năm ngoái chị mua mẫu X phải không ạ, đúng là mẫu đó với mẫu này khá giống nhau. Hay chị xem thêm mấy mẫu phong cách khác nhé, khi kết hợp lại trông cũng hay lắm. Bên kia có mấy mẫu rất độc đáo, mời chị qua xem nhé…

NVBH: Mặc mãi một phong cách cũng nhàm lắm, nên chị đừng xem những kiểu như vậy nữa. Để em tư vấn cho chị mấy kiểu khác chị mặc thử xem sao, thay đổi phong cách một chút cho mới mẻ, mời chị đi theo em ạ…

Tình huống 21

Thôi tôi mặc màu này không hợp đâu.

Ứng đối sai

1. Thế chị hợp với màu nào ạ?

2. Hay chị thay kiểu khác xem sao?

3. Thực ra chị mặc màu này đẹp mà.

4. Kiểu này thì phải màu này mới đẹp ạ.

Phân tích vấn đề

“Thế chị hợp với màu nào ạ?”, “Hay chị thay kiểu khác xem sao?” thể hiện rằng bạn bỏ cuộc quá dễ dàng, bạn không có chủ kiến, chính vì thế cho dù khách mặc rất hợp nhưng vì sự “nhu nhược” của bạn mà hàng không bán được. Những người bán hàng như thế sẽ không được khách hàng tôn trọng.

“Thực ra chị mặc màu này đẹp mà” hay “Kiểu này thì phải màu này mới đẹp ạ”, bạn đang trình bày ý kiến của mình với khách hàng nhưng ngữ điệu hoàn toàn không thuyết phục.

Chiến lược bán hàng

Nếu không biết rõ nguyên nhân thì bạn sẽ không bao giờ thuyết

phục được khách hàng. Người bán hàng khi gặp tình huống này trước hết phải học cách tìm hiểu và lắng nghe, biết lắng nghe thì mới nói hay được. Chỉ khi đã hiểu được ngọn nguồn, bạn mới tìm ra được cách xử lý vấn đề. Tất nhiên không phải lúc nào khách hàng cũng đúng, trong trường hợp này bạn hãy phản đối một cách khéo léo nhất và hướng khách hàng của bạn đi theo lối tư duy đúng đắn, có như vậy bạn mới được khách coi trọng và tin tưởng.

Chúng ta thường thấy nhân viên bán hàng hoặc quá tự tin mà không để ý đến nhu cầu và hoàn cảnh của khách, hoặc răm rắp làm theo khách, không hề có chủ kiến. Hai cách làm này hoàn toàn không có tác dụng trong việc lấy được niềm tin và sự tôn trọng của khách. Hãy luôn nhớ bạn chính là người tư vấn cho hình tượng của khách hàng, hãy tạo ảnh hưởng lên họ bằng những kiến thức chuyên môn và những lời khuyên chân thành để thay đổi thói quen ăn mặc đôi khi là sai lầm của họ.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Chị không thích kiểu này hay không thích màu này ạ? (tìm hiểu nguyên nhân khách không thích, nếu khách nói thích kiểu này mà không thích màu sắc)

NVBH: Kiểu này kết hợp với màu này sẽ tôn lên được nét độc đáo cho trang phục, nếu là màu khác thì lại không đẹp nữa. Em thấy màu da chị rất hợp để mặc kiểu này, vì…

NVBH: Chị có thích kiểu này không ạ? (khách trả lời thích kiểu dáng, nhưng không thích màu sắc)

NVBH: Vậy bình thường chị hay mặc những màu nào ạ? (nếu trong những màu liệt kê có màu này thì chuyển sang tư vấn bộ khác, nếu không có màu đó thì tiếp tục tư vấn)

NVBH: Em khuyên chị nên thử mặc màu này, vì da chị thuộc vào loại… rất hợp với màu này đấy, có thể ban đầu chị sẽ chưa quen, nhưng chắc chắn rất hợp với chị, chị thử nhé!

Tình huống 22

Tôi không thích kiểu này, trông quê quá.

Ứng đối sai

1. Không đâu ạ.

2. Kiểu này rất “Tây” mà.

3. Không đâu, rất hợp với chị mà.

Phân tích vấn đề

Sự phản đối của khách hàng đôi khi cũng không hẳn là điều tồi tệ, quan trọng là người bán hàng phải biết nắm lấy cơ hội đó để đưa mình từ thế bị động sang chủ động. Khi khách hàng đã nêu ý kiến cụ thể của họ, có nghĩa bạn đã có cơ hội giúp họ xóa bỏ những nghi ngại đó.

“Không đâu ạ” và “Kiểu này rất ‘Tây’ mà” là cách để bạn tự nói cho mình nghe, không có chút thuyết phục.

“Không đâu, rất hợp với chị mà”, khách chê bộ đồ quê mà bạn lại bảo bộ đồ hợp với họ, cũng không đưa ra được lý do thích hợp, mà còn có vẻ như đang chê bai họ.

Chiến lược bán hàng

Khi khách hàng nói chuyện với bạn, điều đó chứng tỏ 50% vấn đề đã được giải quyết. Vì vậy, với tư cách người bán hàng, bạn hãy gợi ý để họ nói nhiều hơn nữa, sau đó dựa theo những ý kiến đó để giải thích một cách xác đáng, hiệu quả sẽ vô cùng tuyệt vời.

Ở tình huống này, khi khách hàng chê bộ đồ quê mùa, hãy hỏi họ nguyên nhân, sau đó lắng nghe cảm nhận của họ và thẳng thắn giải đáp ý kiến đó để gia tăng thêm niềm tin của khách hàng dành cho bạn.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Chị không ưng bộ này ở điểm nào ạ? (sau khi nghe khách nói xong, tìm lời để thuyết phục họ)

NVBH: Có lẽ đó là do thói quen mặc đồ của chị đấy, bộ này mặc lên trông không hề quê chút nào, vì cửa hàng em thiết kế bộ này để dành riêng cho đối tượng khách X, nên màu sắc như vậy. Chị mặc thử xem sao, chắc chắn sẽ khác với cảm nhận ban đầu, em mời chị qua đây ạ!

NVBH: Chị thấy bộ này có vẻ hơi già phải không ạ? (khách gật đầu)

NVBH: Chị nghĩ màu sắc hay kiểu dáng khiến chị thấy bị già ạ? (khách nói ra suy nghĩ)

NVBH: Chị ơi thực ra bộ này mặc lên không hề già một chút nào, vì trên thiết kế đã có phần X, màu sắc lại đặc biệt chọn màu X, mặc lên không những không già mà còn rất trẻ trung. Chị phải mặc thử mới biết em nói có đúng hay không chứ. Em mời chị vào thử đồ nhé!

NVBH: Chị bảo bộ này hơi già, là màu sắc hay kiểu dáng khiến chị cảm thấy bị già ạ? (khách nói ra suy nghĩ xong)

NVBH: À hóa ra là vậy, thế chị thích kiểu như thế nào ạ? (giới thiệu sang một kiểu khác)

Tình huống 23

Quần áo chỗ các anh kiểu dáng cũng được, nhưng sao toàn màu tối vậy?

Ứng đối sai

1. Thực ra chị mặc màu tối sẽ càng đẹp.

2. Có tối đâu ạ, thế này chưa gọi là tối.

3. Mỗi người có gu ăn mặc khác nhau, chỗ em thiên về phong cách này ạ.

Phân tích vấn đề

"Thực ra chị mặc màu tối sẽ càng đẹp", bạn đang áp đặt ý kiến của mình lên khách hàng, ngữ khí cũng quá nhẹ nhàng không thuyết phục.

"Có tối đâu ạ, thế này chưa gọi là tối" thuộc loại tư duy thẳng sẽ làm khách hàng khó chịu.

"Mỗi người có gu ăn mặc khác nhau, chỗ chúng em thiên về phong cách này ạ", bạn đang khẳng định ý kiến chủ quan của mình mà không để ý đến cảm nhận của khách hàng, cũng không có hành động gì để thúc đẩy quá trình mua bán, cách này thuộc dạng phản ứng tiêu cực.

Chiến lược bán hàng

Bạn nên nhớ, tôn trọng khách hàng không có nghĩa là tuân theo mọi lời nói của họ. Chúng ta chính là cố vấn hình ảnh của khách, nên bạn hãy dùng kiến thức chuyên môn của mình để giải thích và hướng dẫn cho họ thay đổi những quan niệm sai lầm, như vậy

mới khiến khách hàng hoàn toàn tôn trọng và tin tưởng.

Trong trường hợp này trước hết bạn hãy tỏ ra tôn trọng ý kiến của họ, sau đó kết hợp đặc điểm ngoại hình của khách để đưa ra những tư vấn về điểm mạnh của màu sắc, như vậy sẽ rất có sức thuyết phục. Tuy nhiên, nếu khách hàng thực sự không chấp nhận giải thích của bạn và bản thân bạn cũng thấy màu tối không phù hợp với khách, thì hãy lập tức mời họ chuyển sang thử những kiểu trang phục có màu sắc khác.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Đúng là màu sắc có hơi trầm một chút, nhưng đó là chủ định của nhà thiết kế, họ muốn những người trẻ chững chạc hơn khi mặc bộ này. Đặc biệt kiểu này phù hợp với những người làm văn phòng như chị, một chút nhẹ nhàng pha lẫn chút khí khái. Chị có thể mặc đi chơi hay đi làm đều hợp cả.

NVBH: Chị nói đúng, màu sắc của kiểu này có hơi tối một chút, nhưng lại rất được khách hàng ưa chuộng, vì kiểu dáng… và chất liệu… phù hợp cả khi đi chơi và đi làm. Quan trọng nhất là kiểu này mặc lên lúc nào trông cũng như mới vì rất dễ giặt sạch.

NVBH: Đúng là màu sắc kiểu này có hơi tối, nhưng chúng em cũng có mấy kiểu dạo phố màu sắc nhẹ hơn rất hợp với chị, để em tư vấn cho chị nhé, mời chị qua bên này ạ.

NVBH: Em đã có kinh nghiệm bán hàng thời trang 5 năm rồi, chị có muốn em tư vấn thêm cho chị một số kinh nghiệm chọn đồ không ạ? (khách hàng đồng ý, thực ra 10 người thì có đến 8 người chắc chắn sẽ không phản đối)

NVBH: Thực ra kiểu quần bò này màu có hơi tối một chút nhưng sẽ rất hợp với chị vì chị có nước da trắng, khi mặc lên sẽ rất nổi bật, hơn nữa màu tối cũng sẽ dễ giặt hơn.

Tình huống 24

Loại vải này mặc lên trông không sang trọng chút nào.

Ứng đối sai

1. Sao lại không ra gì, loại này rất được ưa chuộng đấy ạ.

2. Bây giờ những người có tiền đều mặc loại vải này.

3. Chị nói vậy lần đầu tiên em nghe thấy đấy.

Phân tích vấn đề

Hãy nhớ tuyệt đối không bao giờ được dùng những từ ngữ mang tính chất xúc phạm khách hàng. Khách hàng có thể khó chịu với bạn mà bỏ đi, nhưng cũng có thể vì bạn mà ở lại.

“Sao lại không ra gì, loại này rất được ưa chuộng đấy ạ”, những câu mang tính chất chất vấn khách hàng sẽ luôn gây sự khó chịu, câu này có nghĩa bạn đang chê họ lạc hậu, không nắm bắt được xu hướng thời trang.

“Bây giờ những người có tiền đều mặc loại vải này”, ý là chị không thích có nghĩa chị không phải là người có tiền, ngữ khí của câu này quá cực đoan và mang hàm ý đả kích mạnh.

“Chị nói vậy lần đầu tiên em nghe thấy đấy” sẽ khiến khách hàng nghĩ rằng mình khác người.

Chiến lược bán hàng

Khi khách hàng nêu ra những băn khoăn của mình thì việc đồng tình với họ luôn là một thói quen tốt, đây cũng là một kỹ năng tất yếu của một người bán hàng xuất sắc.

Khi gặp tình huống này, trước hết bạn hãy tỏ ra đồng tình và thông cảm với khách, sau đó tư vấn cho họ các hoàn cảnh để mặc chất liệu này và tìm hiểu nhu cầu thực sự của khách hàng. Cuối cùng, giải thích rõ cho khách theo những băn khoăn của họ để thay đổi những suy nghĩ phiến diện và dẫn dắt họ đồng ý thử đồ.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Thực ra còn phải xem chị định mặc bộ đồ trong hoàn cảnh nào đã ạ, vì chất liệu này mặc lên tương đối thoải mái, không gò bó, nếu chị định mặc để đi họp thì không ổn ạ. Vậy chị định tìm quần áo để mặc trong hoàn cảnh nào ạ?

NVBH: Đúng là chất liệu này nhiều lúc cũng khiến khách hàng có cảm giác đấy, vì thế chúng tôi đã có một số thay đổi về kiểu dáng thiết kế, ví dụ như… Thế nên nếu chỉ nhìn thôi thì sẽ không thể thấy hết được bằng khi mặc lên. Chị thử mặc lên xem thế nào nhé!

Tình huống 25

Quần áo ở đây sao lòe loẹt thế, chả có bộ nào hợp với tôi cả.

Ứng đối sai

1. Sao lại lòe loẹt được ạ?

2. Đây là những kiểu rất được ưa chuộng năm nay đấy ạ.

3. Phong cách chủ đạo của chúng tôi là vậy, hay chị xem kiểu khác nhé.

Phân tích vấn đề

"Sao lại lòe loẹt được ạ?" hay "Đây là những kiểu rất được ưa chuộng năm nay đấy ạ" ngụ ý nói khách hàng không có mắt thẩm mỹ, khiến họ cảm thấy không được tôn trọng.

"Phong cách chủ đạo của chúng tôi là vậy, hay chị xem kiểu khác nhé", bạn khẳng định với khách đúng là quần áo của chúng tôi rất lòe loẹt, chị mặc không hợp đâu, nên chị cũng không cần phải xem làm gì cho mất công.

Chiến lược bán hàng

Đừng bao giờ cho mình là đúng, cho dù quần áo của bạn có đẹp nhưng nếu không được khách hàng chấp nhận thì cũng vô tác dụng, vì vậy bạn nhất định phải lưu ý đến cảm nhận của họ. Hãy sử dụng những từ ngữ dễ nghe nhất khi nói chuyện với khách hàng, như vậy mới có hiệu quả.

Ở đây ta thấy rằng, những cách trả lời như trên quá đơn giản, tại sao ta không nắm lấy cái gọi là "lòe loẹt" mà khách đề cập đến kết hợp với dáng vóc của họ để hóa giải vấn đề? Hãy chủ động dẫn dắt và khuyến khích một cách khéo léo để khách hàng của bạn thay đổi cách nhìn nhận của họ.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Chị ơi đây đang là mốt năm nay đấy, chắc từ trước đến giờ chị quen mặc đồ công sở nên chưa được quen mắt, em khuyên chị nên thay đổi phong cách một chút xem sao. Chị có nước da trắng, nếu mặc đồ có trang trí thêm một chút hoa văn trông sẽ rất nổi bật. Chị mặc thử xem nhé. Mời chị qua phòng thử đồ ở bên này ạ…

NVBH: Cũng có nhiều người lần đầu tiên nhìn thấy đều nghĩ bộ này lòe loẹt, nhưng kiểu này đang là mốt nên bán rất chạy chị ạ.

Chị xem, hoa văn và kiểu dáng đều theo trào lưu năm nay, phong cách này chắc chắn rất hợp với chị đấy. Chị mà mặc lên thế nào cũng sẽ thấy mới lạ, chị thử xem em nói có đúng hay không nhé, mời chị qua bên này…

NVBH: Chị nói cũng có phần đúng, hoa văn thiết kế đúng là có hơi sặc sỡ. Nhưng em nhìn là biết chắc chắn bộ này sẽ hợp với chị, vì da chị… dáng người lại… nếu mặc lên trông sẽ vô cùng thời thượng. Chị mặc thử để xem em nói có đúng không nhé. Mời chị đi theo em…

Tình huống 26

Đồ của các anh ngày càng trẻ hóa rồi, chả có bộ nào hợp với tôi cả.

Ứng đối sai

1. Sao lại không có kiểu nào hợp với chị được?

2. Vậy sao? Chắc không có thay đổi gì đâu chị ạ.

3. Không phải đâu, chắc do chị chưa quen thôi!

Phân tích vấn đề

“Sao lại không có kiểu nào hợp với chị được?”, chất vấn khách hàng như thế này sẽ luôn khiến họ cảm thấy khó chịu.

“Vậy sao? chắc không có thay đổi gì đâu chị ạ”, cách trả lời chứng tỏ bạn chưa nắm được hàng hóa của mình, thiếu sự tự tin cần có ở một người bán hàng chuyên nghiệp.

“Không phải đâu, chắc do chị chưa quen thôi!”, bạn không những không trực tiếp giải thích được thắc mắc mà còn đổ trách nhiệm lên khách hàng.

Chiến lược bán hàng

Trong trường hợp này, trước hết bạn hãy thể hiện sự đồng tình với khách hàng, tán dương và kéo họ về cùng “chiến tuyến” với mình. Sau đó nhấn mạnh vào những điểm dù có thay đổi nhỏ, nhưng bộ trang phục đó vẫn hoàn toàn phù hợp và mang lại những hiệu quả bất ngờ.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Chị đúng là khách hàng quen của cửa hàng em, thật là tinh

ý quá. Mặc dù thiết kế có trẻ trung hơn một chút nhưng chị vẫn có thể mặc được, để em nói cho chị 3 lý do nhé. Thứ nhất, những kiểu này rất hợp với xu hướng mốt năm nay; thứ hai, chúng em chỉ biến tấu một chút dựa trên phong cách trước đây nên thay đổi không quá nhiều; thứ ba, quan trọng nhất là chị trông vẫn rất trẻ, hoàn toàn phù hợp với phong cách và những thiết kế mới này. Để em giới thiệu cho chị mẫu mới này, chắc chắn chị sẽ rất thích…

NVBH: Chị đúng là khách hàng thân thiết của cửa hàng, thay đổi nhỏ như vậy cũng nhận ra. Chị yên tâm, bọn em phục vụ chủ yếu cho các khách hàng thân thiết nên có chút thay đổi để bắt kịp với xu hướng chung thôi, còn về cơ bản vẫn giữ nguyên phong cách cũ. Như thế khách hàng vừa có thể giữ được phong cách của mình lại vừa trẻ trung và hợp mốt hơn.

NVBH: (nếu khách hàng chấp nhận) Mời chị qua đây để em giới thiệu cho chị kiểu này, chắc chắn chị sẽ rất thích…

Tình huống 27

Sao chỗ các anh ít mẫu thế, tôi chẳng biết mua cái gì cả.

Ứng đối sai

1. Hai ngày nữa là có hàng mới về ạ.

2. Bán gần hết rồi chị ạ.

3. Sao lại ít hả chị, nhiều thế này cơ mà.

4. Nhiều quần áo thế này chị có mua hết được không?

Phân tích vấn đề

“Hai ngày nữa là có hàng mới về ạ” hay “Bán gần hết rồi chị ạ”, bạn khẳng định với khách hàng đúng là rất ít, chẳng có mấy đồ để lựa. Đây là một phản ứng vô cùng tiêu cực.

“Sao lại ít hả chị, nhiều thế này cơ mà”, câu này mang lại cảm giác, một là người bán đang nói lung tung, hai là người mua không biết gì. Dù thế nào đi nữa thì điều này cũng khiến khách hàng khó chịu.

“Nhiều quần áo thế này chị có mua hết được không?”, phải chăng bạn đang khiêu chiến với khách hàng?

Chiến lược bán hàng

Là một người bán hàng giỏi, bạn phải biết vận dụng trí não, hãy sử dụng càng nhiều càng tốt những lời nói uyển chuyển lọt tai. Hãy nhớ vấn đề chưa hẳn đã là tồi tệ, nếu bạn làm đúng cách, đó sẽ là cơ hội tốt để bán được hàng. Trong trường hợp này, trước hết hãy khiến cho khách cảm thấy họ được tôn trọng, vì cho dù bạn nói có lý đến đâu mà khách bị mất mặt thì họ sẽ không bao giờ mua đồ của bạn nữa; thứ hai, bạn hãy học cách nói chuyện mềm mỏng, từ từ đưa khách hàng tự nguyện đến quầy thu ngân.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Chị thật tinh ý, đúng là hàng của chúng em hiện nay không có nhiều, nhưng mỗi chiếc đều do sếp của em tự tay lựa chọn nên có màu sắc riêng. Để em giúp chị phối một bộ nhé, nhất định chị sẽ ưng ý. Bình thường chị hay mặc theo phong cách nào ạ? (khéo léo thăm dò, sau đó đưa ra tư vấn)

NVBH: Đúng là mẫu mã của cửa hàng em không nhiều, vì sếp em theo trường phái "ít nhưng chất lượng". Chị xem mỗi kiểu ở đây đều rất độc đáo mà không đâu có. Để em tư vấn cho chị nhé, hôm nay chị muốn xem áo hay…

NVBH: Thực ra khách mới đến lần đầu thường có cảm giác như vậy, nhưng với những khách hàng quen của cửa hàng thì họ lại rất thích, vì hàng của chúng em luôn đặt chất lượng lên hàng đầu. Để em tìm giúp chị mấy bộ mặc thử xem nhé, chị muốn mặc trong dịp nào ạ?

Tình huống 28

Quần áo của các anh xấu quá, sao trông cứ quái quái thế nào ấy!

Ứng đối sai

1. Sao lại quái quái được ạ?

2. Đẹp mà, xấu ở đâu ạ?

3. Bây giờ giới trẻ đều mặc như vậy, là mốt năm nay đấy ạ.

4. Mỗi người có cách nhìn khác nhau, các khách hàng của chúng tôi lại rất thích.

Phân tích vấn đề

"Sao lại quái quái được ạ?" và "Đẹp mà, xấu ở đâu ạ?", bạn đang

phủ định khách hàng và chủ động đưa vấn đề đi theo hướng tiêu cực không có lợi cho quá trình mua bán.

"Bây giờ giới trẻ đều mặc như vậy, là mốt năm nay đấy ạ" hay "Mỗi người có cách nhìn khác nhau, các khách hàng của chúng tôi lại rất thích", hai kiểu giải thích này quá đơn giản, không thuyết phục được khách mua hàng.

Chiến lược bán hàng

Sẽ khó khăn hơn rất nhiều cho bạn để giải quyết được vấn đề mà chưa rõ nguyên nhân. Trong mọi tình huống, hãy tìm hiểu suy nghĩ của khách hàng trước, sau đó mới tìm lý lẽ để thuyết phục họ, hoặc có thể tìm hiểu thói quen ăn mặc để khuyến khích họ thỉnh thoảng thay đổi phong cách thời trang mới.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Ý chị nói là kiểu dáng, màu sắc hay hoa văn ạ…

NVBH: (sau khi khách nói rõ) Ồ, là do em chưa giải thích rõ, là thế này ạ…

NVBH: (khách không thể nói rõ ràng nguyên nhân) Em thấy chị có vẻ hay mặc trang phục tối màu phải không ạ, nên em đoán chị thấy không ưng có thể là do hoa văn của trang phục. Thực ra đây là xu hướng năm nay mới ra nên chị chưa quen mắt thôi, em thấy chị rất hợp với phong cách này…(đưa thêm những lời tán dương)

NVBH: Hàng của chúng em tương đối cá tính nên được khách hàng rất yêu thích. Thực ra không phải là quái, mà do chị chưa quen mặc đồ cá tính mạnh như vậy thôi ạ. Những kiểu như thế này không nhất thiết ngày nào cũng mặc, chị có thể thỉnh thoảng mặc kết hợp để mình mới mẻ và thời trang hơn. Thế hôm nay chị muốn xem áo hay… để em tư vấn cho.

NVBH: Bình thường chị hay mặc phong cách và màu sắc như thế nào ạ?

NVBH: (không cần giải thích, trực tiếp giới thiệu đồ cho khách) Ồ thì ra là vậy, để em giới thiệu cho chị mấy kiểu rất hợp này nhé…

Tình huống 29

Khách hàng thích cả hai bộ nhưng đang lưỡng lự mà không biết chọn bộ nào.

Ứng đối sai

1. Nếu đã thích thì chị lấy cả hai đi ạ.

2. Tùy chị thôi, chị thích bộ nào thì lấy bộ đấy.

3. Hai bộ đều đẹp, chị lấy bộ nào cũng được.

Phân tích vấn đề

Với tư cách người cố vấn hình ảnh của khách hàng, lúc này bạn nên đưa ra những ý kiến cụ thể của mình để giúp họ có thêm tự tin, nhưng tuyệt đối không được quyết định thay cho họ.

"Nếu đã thích rồi thì chị lấy cả hai đi ạ", hãy cẩn thận vì khách hàng có thể nghĩ rằng bạn đang muốn bán hàng vì thành tích, và khả năng khách không mua nữa khá cao.

"Tùy chị thôi, chị thích bộ nào thì lấy bộ đấy" và "Hai bộ đều đẹp, chị lấy bộ nào cũng được", khách sẽ nghĩ rằng bạn vô trách nhiệm, nên họ sẽ càng do dự phân vân và có khả năng bỏ đi.

Chiến lược bán hàng

Bán một chiếc hay hai chiếc, điều này phụ thuộc vào năng lực phán đoán của bạn, nó được căn cứ trên khả năng mua sắm và sở thích của khách hàng. Bạn hãy quan sát phong cách ăn mặc và hành động cử chỉ của khách để đưa ra những phân tích ban đầu, sau đó tìm cách xử lý.

Đối với những khách hàng giàu có, bạn có thể nhấn mạnh thêm ưu điểm của cả hai bộ đồ, đưa ra cho họ những nguyên nhân cụ thể và khuyến khích họ mua cả hai. Còn với những khách hàng mà khả năng mua hạn chế, hãy căn cứ vào sở thích và thói quen ăn mặc của họ để chọn ra một bộ, giúp họ dễ dàng đưa ra được quyết định, tránh khả năng quá do dự mà bỏ đi vì không chọn được bộ nào.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Chị thật biết chọn đồ, hai chiếc này đều có ưu điểm riêng và có thể mặc ở nhiều hoàn cảnh. Chiếc áo tím này có thể kết hợp với rất nhiều loại quần, trông rất sang, chị mặc ở nhà hay đi chơi đều được. Còn chiếc màu hồng lại rất trẻ trung, mặc lên trông vô cùng nữ tính, chị có thể mặc đi chơi cùng với bạn bè. Chẳng mấy khi chọn được quần áo hợp với mình như vậy, hay chị mua cả hai

nhé!

NVBH: Thực ra mua quần áo cũng cần có duyên chị ạ, chẳng mấy khi chọn được bộ ưng ý hợp với mình mà lại không biết nên lấy cái nào bỏ cái nào. Nếu chị vẫn phân vân hay là cứ lấy cả hai, về nhà mặc cho mọi người tư vấn, không thích cái nào có thể mang trả lại cho cửa hàng. Còn nếu chị ưng cả hai thì em khuyên chị nên lấy luôn để mặc thay đổi. Chị thấy thế nào ạ?

Chương III.
Xử lý các vấn đề thường gặp ở chất lượng trang phục

Tình huống 30

Khách hàng rất ưng một bộ đồ 100% cotton và hỏi xem liệu chất vải này có bị phai màu, bị co hay sờn không.

Ứng đối sai

1. Không đâu, chất liệu này từ trước đến giờ chưa bao giờ bị như vậy.

2. Chất liệu cotton có tính giữ màu kém, khó tránh lắm ạ.

3. Lúc giặt chú ý một chút thì không sao đâu ạ.

4. Khi giặt chị chú ý... (giới thiệu tỉ mỉ các cách bảo quản)

Phân tích vấn đề

"Không đâu, chất liệu này từ trước đến giờ chưa bao giờ bị như vậy", trừ khi bạn hoàn toàn nắm vững chất lượng của loại vải nếu không sau này sẽ rất phiền hà cho bạn.

"Chất liệu cotton có tính giữ màu kém, khó tránh lắm ạ", nói thế sẽ làm khách hàng cụt hứng không muốn mua nữa.

"Lúc giặt chú ý một chút thì không sao đâu ạ", bạn đang thiếu tự tin vào lời nói của mình, lời giải thích mơ hồ này dễ dàng khiến khách hàng nghi ngờ bạn.

"Khi giặt chị chú ý..." giới thiệu một cách tỉ mỉ cho khách về các

lưu ý khi giặt, phơi, mặc trang phục sẽ khiến họ cảm thấy mặc đồ cotton thật phiền phức, đặc biệt với các khách hàng nam.

Chiến lược bán hàng

Các nhân viên bán hàng thời trang thường phải quan tâm đến cách xử lý các khả năng bị phai màu, bị co hay bị sờn, v.v... của quần áo. Thực tế, bạn luôn có thể bị hỏi như vậy. Cách bạn ứng phó với những câu hỏi như thế này có ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng công việc của bạn. Theo tôi có thể xử lý qua 4 bước như sau:

Đồng tình và tán dương: bất cứ ai cũng đều thích nghe những lời tán dương.

Trao niềm tin thay vì đưa ra cam kết: đưa ra những chứng cứ cụ thể bằng thái độ tự tin, điều này sẽ khiến khách hàng cảm thấy yên tâm hơn. Nhưng tuyệt đối không được khẳng định quần áo có bị phai màu hay không để tránh những phiền phức về sau.

Giảm nhẹ vấn đề và chuyển hướng đề tài: người bán hàng nên học cách lảng tránh vấn đề một cách khéo léo nhất. Vì vấn đề mà khách hàng đề cập tới sẽ ảnh hưởng không tốt tới việc bán hàng nên tốt nhất bạn hãy xử lý việc nó thật nhanh chóng và chuyển qua một đề tài khác như bộ đó có hợp hay không, mặc lên sẽ thế nào hay mời thử đồ, v.v...

Chọn thời điểm để giới thiệu: sau khi khách đã quyết định mua đồ và thanh toán xong thì bạn có thể hướng dẫn cho họ cách bảo quản trang phục, như vậy sẽ dễ lấy lòng họ hơn. Tuyệt đối không được đề cập đến cách thức bảo quản trước khi khách chưa đưa ra quyết định có mua hay không.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Đúng ạ, chất liệu cotton mặc thì dễ chịu nhưng thỉnh thoảng cũng có trường hợp bị phai màu. Nhưng em bán hàng ở đây cũng 5 năm rồi, số lượng mà em bán cho khách cũng không dưới 2.000 chiếc và chưa có trường hợp nào bị như vậy nếu áp dụng đúng cách bảo quản. Vì vậy chị không cần băn khoăn quá vấn đề này đâu ạ, chị cứ thử mặc lên xem sao nhé...

NVBH: (sau khi khách mặc thử và quyết định mua thì hướng dẫn cho họ ngắn gọn các cách bảo quản) Với loại quần áo đắt tiền thế này khi phơi chị chú ý..., khi mặc chị chú ý... nhé.

NVBH: Thực ra quần áo sử dụng chất liệu cotton đôi khi cũng có một vài trường hợp bị như vậy, nhưng quan trọng phải xem ai mặc, mặc như thế nào và mặc dịp nào nữa ạ, xin hỏi chị… (hỏi để chuyển hướng chú ý của khách hàng)

NVBH: Nếu như vậy em nghĩ chị có thể mặc chất cotton vì… Trong quá trình may, chúng em cũng đã tiến hành xử lý công nghệ giữ màu, nếu chị mặc theo hướng dẫn thì không phải lo về việc này nữa đâu ạ. Bây giờ chị cứ thử xem thế nào đã nhé, em mời chị qua bên này…

Tình huống 31

Khách vừa bước vào đã nói: hãng của các anh ở đâu tôi chưa nghe thấy bao giờ, sao lại bán đắt như vậy?

Ứng đối sai

1. Cửa hàng chúng tôi mở ở đây đã mấy năm rồi mà.

2. Chúng tôi là hãng nổi tiếng ở trong nước, chị chưa nghe thấy bao giờ sao?

3. Những hãng mà chị chưa nghe qua nhiều thật đấy.

4. Đúng là chúng tôi là thương hiệu mới vào thị trường.

Phân tích vấn đề

“Cửa hàng chúng tôi mở ở đây đã mấy năm rồi mà” và “Chúng tôi là hãng nổi tiếng ở trong nước, chị chưa nghe thấy bao giờ sao?” đang ám chỉ khách hàng thiếu hiểu biết, sẽ khiến họ khó chịu.

“Những hãng mà chị chưa nghe qua nhiều thật đấy” có vẻ như bạn đang tỏ ra coi thường khách hàng, họ sẽ cảm thấy bị mất mặt.

“Đúng là chúng tôi là thương hiệu mới vào thị trường”, bạn đang thừa nhận thương hiệu của mình mới vào thị trường, điều này sẽ khiến khách nghĩ chất lượng sản phẩm của bạn chưa được tốt.

Chiến lược bán hàng

Thực ra đây là hiện tượng khá phổ biến ở mọi ngành không riêng gì thời trang, từ những thương hiệu có tiếng cho đến những thương hiệu hạng trung. Nếu vấn đề khách hàng nêu ra là sự thật thì bạn hãy dũng cảm thừa nhận vì đôi khi nó sẽ khiến khách hàng thêm tôn trọng bạn hơn. Tuy nhiên việc thừa nhận này

cũng cần phải có kỹ năng, người bán hàng thông minh phải biết cách biến những điểm yếu của thương hiệu thành điểm chuyển tiếp để bán được hàng.

Trong tình huống này, trước hết hãy tự kiểm điểm lại mình, hạ thấp bản thân một chút để lấy được thiện cảm của khách hàng, tiếp đó giới thiệu cho khách về thương hiệu của bạn để nhanh chóng chuyển sang giai đoạn tư vấn trang phục.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Đây là lần đầu tiên anh đến cửa hàng phải không ạ? (không trả lời trực tiếp mà đặt câu hỏi để định vị khách hàng)

NVBH: Thực ra cửa hàng em mở ở đây cũng được 2 năm rồi, vậy mà anh vẫn chưa biết, đây cũng là do lỗi của chúng em. Hôm nay anh đã đến rồi thì em mời anh tìm hiểu thêm về hãng nhé. Cửa hàng vừa mới về rất nhiều mẫu mới, mời anh xem qua. (lập tức chuyển qua việc chính là giới thiệu về trang phục)

NVBH: Do lỗi của chúng em chưa quảng bá tốt, nhưng không sao, hôm nay chị đã đến thì em mời chị tìm hiểu thêm về hãng nhé. Chị muốn xem đồ mặc đi chơi hay đi làm ạ? (chuyển sang giai đoạn tìm hiểu để tránh nghe phàn nàn của khách và đặt trọng tâm vào việc tư vấn)

NVBH: Chị thật tinh ý. Thực ra hãng của chúng em cũng đã làm một thời gian rồi nhưng mới quyết định mở rộng sang khu vực này thôi, sau này hi vọng chị thường xuyên ủng hộ và giới thiệu giúp ạ. Vậy hôm nay chị muốn xem… (sau khi xử lý xong lập tức chuyển sang tìm hiểu khách hàng, không quay lại chủ đề kia nữa)

Tình huống 32

Khách hàng phát hiện ra những mẫu của lô hàng cũ được mang ra bán lại.

Ứng đối sai

1. Hàng mới 2 ngày nữa sẽ về ạ.

2. Năm nay vẫn thịnh hành những mẫu này mà.

3. Đây đúng là những mẫu năm ngoái nhưng cũng chỉ còn mấy chiếc này thôi.

Phân tích vấn đề

“Hàng mới 2 ngày nữa sẽ về ạ”, “Năm nay vẫn thịnh hành những mẫu này mà” hay “Đây đúng là những mẫu năm ngoái nhưng cũng chỉ còn mấy chiếc này thôi”, những cách trả lời này chỉ chứng minh bạn đồng quan điểm với khách hàng mà không đưa ra được bất cứ cách giải thích thuyết phục nào, như vậy sẽ không thể thu hút được sự chú ý của họ và thúc đẩy quá trình mua bán diễn ra, thuộc vào hành vi bán hàng vô cùng tiêu cực.

Chiến lược bán hàng

Không có loại quần áo nào không bán được, quan trọng là bạn phải tìm ra được ưu điểm của bộ đồ để tư vấn cho khách hàng. Không có bất cứ loại hàng hóa nào hoàn hảo, nên bạn đừng cố “vạch lá tìm sâu”, cái bạn cần làm lúc này là dùng đôi mắt lạc quan để tìm ra ưu điểm của bộ trang phục của công ty bạn. Chỉ như vậy bạn mới có thêm tự tin vào sản phẩm của công ty, từ đó nâng cao doanh số cho mình.

Mọi vấn đề đều có hai mặt, hàng cũ có khuyết điểm nhưng cũng có những ưu điểm. Trong trường hợp này, là một người bán hàng, bạn hãy đánh giá sản phẩm của công ty mình dưới nhiều góc độ khác nhau để tìm ra những đặc điểm của chúng, đồng thời biến chúng thành những điểm mạnh để thuyết phục khách mua hàng. Ví dụ bạn có thể nhấn mạnh vào những ưu điểm như giá rẻ, kiểu dáng phù hợp với người mặc v.v… để kích thích khách hàng.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Chị thật tinh mắt, nhìn là biết ngay đây là mẫu của năm ngoái rồi. Nhưng vì là hàng tồn của năm ngoái nên giá rất ưu đãi, với lại theo em, quần áo quan trọng là hợp với mình chứ không quan trọng là hàng cũ hay mới, phải không chị? Chị xem, đây toàn là những kiểu kinh điển không bao giờ sợ bị lỗi mốt, giá lại rẻ hơn rất nhiều so với giá gốc, chị mà mua bây giờ là rất hợp lý. Để em lấy cho chị xem mấy bộ hợp với chị, đảm bảo chị sẽ rất ưng ý… (chuyển hướng tập trung của khách hàng sang giới thiệu bộ trang phục)

NVBH: Chị thật tinh mắt quá, nhưng chúng ta chưa bàn đến chuyện hàng mới hay hàng tồn vội, quan trọng là có hợp với mình hay không chị ạ…(nhấn mạnh vào ưu điểm của bộ đồ), những kiểu này bao nhiêu năm vẫn không bị lỗi mốt, năm nay cũng vẫn được ưa chuộng. Hiện tại lô hàng này bọn em đang giảm giá, chị

mà mua là tiết kiệm được một khoản đấy.

NVBH: Chị đúng là khách hàng thân thiết của cửa hàng nên nhìn qua là biết ngay. Bây giờ mà chị mua là hợp lý đấy, vì những mẫu này đều là những kiểu kinh điển lúc nào cũng được ưa chuộng, lại rất hợp với chị, chất lượng đảm bảo mà giá lại rẻ hơn nhiều so với giá gốc. Chị không mua thì tiếc lắm đấy.

Tình huống 33

Hàng mới nhưng vì kiểu dáng giống nhau nên bị khách hiểu nhầm là hàng tồn từ năm ngoái.

Ứng đối sai

1. Kiểu này năm nào cũng ra mà chị.

2. Chị nhầm rồi, đây là hàng chúng tôi mới nhập về.

3. Đây là hàng mới hoàn toàn, có trong catalogue đấy, để tôi lấy cho chị xem.

Phân tích vấn đề

"Kiểu này thì năm nào cũng ra mà chị", câu này tương đương việc bạn đồng tình với khách hàng, rằng kiểu này đúng là không có gì mới mẻ, cũng chỉ tương tự như kiểu năm ngoái.

"Chị nhầm rồi, đây là hàng chúng tôi mới nhập về", bạn đang phản bác khách hàng một cách quá đơn giản và đang cố chứng minh họ sai, đánh giá của họ là vô căn cứ.

"Đây là hàng mới hoàn toàn, có trong catalogue đấy, để tôi lấy cho chị xem", nếu bạn cứ cố gắng mang bằng chứng cụ thể để chứng minh khách hàng sai sẽ khiến họ cảm thấy bị mất mặt và thiếu thiện cảm với bạn. Điều này không có lợi cho quá trình mua bán.

Chiến lược bán hàng

Là con người ai cũng thích được tán dương. Trong nhiều trường hợp, mặc dù chúng ta đã rất cố gắng thuyết phục khách mua hàng nhưng đều thất bại. Bởi chúng ta lúc nào cũng đứng ở phía đối lập với họ, khiến họ phản bác, đối đầu với ta một cách hết sức tự nhiên. Hãy luôn ghi nhớ phải lấy được lòng họ trước khi định tiến xa hơn, một khi khách hàng đã tin tưởng bạn thì đó chính là đòn bẩy cho quá trình mua bán diễn ra.

Trong trường hợp này, trước hết hãy tỏ ra đồng tình và tán dương khách hàng, cảm ơn trước sự quan tâm của khách dành cho cửa hàng mình. Sau khi thấy họ đã bắt đầu có thiện cảm với mình rồi, bạn hãy khéo léo tạo áp lực tâm lý "phải mua đồ" lên họ.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Chị đúng là khách hàng thân thiết của cửa hàng, vừa nhìn cái đã nhận ra ngay rồi. Đúng là kiểu này có hơi giống với kiểu X năm ngoái, nhưng về thiết kế có một số thay đổi như… (nói rõ ưu điểm của bộ đồ, tập trung vào chi tiết)

NVBH: Chị thật có con mắt tinh tường, đúng là năm ngoái cửa hàng cũng có mẫu tương tự. Chính vì mẫu đó bán chạy quá nên chúng em đã kết hợp với ý kiến khách hàng để điều chỉnh một số chi tiết, chị xem chỗ này nhé… (chỉ ra điểm khác biệt)

NVBH: (giới thiệu xong lập tức hỏi) Năm ngoái chị đã mua kiểu này chưa ạ?

NVBH: (khách nói mua rồi) Vậy hôm nay chị muốn xem quần áo phong cách nào ạ?

NVBH: (khách nói chưa mua) Năm nay kiểu này chúng em đã đưa thêm vào một số chi tiết rất hợp thị hiếu, trông thời trang và thanh lịch hơn năm ngoái rất nhiều. Em thấy chị có nước da đẹp như vậy nếu mặc lên trông sẽ vô cùng nổi bật. Để em lấy size cho chị thử nhé!

NVBH: Chị thật biết nhìn đồ, đúng là kiểu X năm ngoái có điểm tương đồng với kiểu này, nhưng vì đây là kiểu kinh điển nên không bao giờ bị lỗi mốt. Chúng em cũng đã kết hợp ý kiến của khách hàng để bổ sung một số chi tiết, nên sẽ… hơn so với năm ngoái (giới thiệu ưu điểm của bộ đồ). Hôm nay chị muốn xem đồ kiểu dáng nào ạ?

Tình huống 34

Các anh còn kiểu nào chất liệu như thế này nữa không.

Ứng đối sai

1. Chắc là phải đợi đấy ạ.

2. Không có đâu ạ, chỉ có mỗi kiểu này thôi.

3. Kiểu như thế này còn có chất liệu khác đấy ạ.

Phân tích vấn đề

“Chắc là phải đợi đấy ạ” hay “Không có đâu ạ, chỉ có mỗi kiểu này thôi”, bạn đang trực tiếp từ chối khách hàng và làm cho họ thất vọng. Đây là một cách giao tiếp vô cùng tiêu cực.

“Kiểu như thế này còn có chất liệu khác đấy ạ” là câu trả lời lạc đề.

Chiến lược bán hàng

Là một người bán hàng, bạn phải luôn có ý thức và năng lực để dẫn dắt, tham mưu, tư vấn cho khách hàng. Vì khách hàng chỉ thường đặt lòng tin vào những người bán có tư duy, có năng lực và có kiến thức.

Ở đây, khi khách hàng đã ưng ý chất liệu vải mà chưa hài lòng với kiểu dáng và màu sắc trang phục, thì với tư cách cố vấn hình ảnh, bạn có thể giới thiệu trực tiếp rằng bộ này rất hợp với họ, khuyến khích họ thử đồ; hoặc cũng có thể mời họ xem một bộ cũng kiểu đó nhưng khác màu.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Xin lỗi chị, chất liệu vải này chỉ có đúng một kiểu này thôi. Mặc dù trông có vẻ đơn giản nhưng mặc lên sẽ rất thoải mái và thời trang chị ạ. Chị cứ thử xem thế nào nhé…

NVBH: Xin lỗi chị, chất liệu vải này chỉ có đúng một kiểu này thôi, nhưng có vài màu đấy ạ. Bình thường chị hay mặc màu sắc như thế nào ạ?

NVBH: (nếu có màu khách thích thì mời họ thử đồ, nếu không có thì chuyển sang hướng khác) Thật tiếc quá, kiểu này lại không có màu đó. Nhưng em nghĩ là da chị rất hợp với màu X, để em lấy cho chị xem nhé…

NVBH: (khách nói không cần) Thực ra kiểu này trông đơn giản vậy thôi nhưng mặc lên rất đẹp và thoải mái. Chị mua hay không không quan trọng, để em lấy một chiếc cho chị thử nhé, chắc màu này sẽ hợp với chị.

Tình huống 35

Quần áo của các anh so với cửa hàng bên cạnh tốt hơn ở điểm nào?

Ứng đối sai

1. Cái này cũng khó nói, đều tốt như nhau ạ.

2. Mỗi bên đều có nét riêng, tùy vào sở thích của mỗi người thôi ạ.

3. Em không biết nhiều lắm về các hãng khác.

4. Chẳng qua do họ quảng cáo nhiều thôi.

Phân tích vấn đề

"Cái này cũng khó nói, đều tốt như nhau ạ" hay "Mỗi bên đều có nét riêng, tùy vào sở thích của mỗi người thôi ạ" không đưa ra được quan điểm mà chỉ khiến khách hàng thêm bối rối.

"Em không biết nhiều lắm về các hãng khác" chứng tỏ bạn thiếu chuyên nghiệp, đến đối thủ cạnh tranh của mình cũng không chịu tìm hiểu thì làm sao khách hàng có thể tin tưởng bạn được.

"Chẳng qua do họ quảng cáo nhiều thôi", bạn đang hạ thấp đối thủ nhưng đồng thời cũng lại hạ thấp thương hiệu của mình đấy!

Chiến lược bán hàng

Cạnh tranh trong ngành kinh doanh thời trang là bên nào chiếm được nguồn tài nguyên khan hiếm thì bên đó chiến thắng, nguồn tài nguyên đó chính là khách hàng. Thương hiệu nào lấy được niềm tin của càng nhiều khách hàng sẽ càng có cơ hội phát triển bền vững. Hạ thấp đối thủ để nâng mình lên không phải một cách hay để lấy lòng khách hàng, càng không thể thúc đẩy quá trình mua bán diễn ra.

Trong trường hợp này bạn có thể giới thiệu qua về ưu điểm của đối thủ, sau đó tập trung nhấn mạnh chi tiết vào ưu điểm của mình. Bạn cũng có thể kết hợp điều đó với nhu cầu của khách hàng để thuyết phục và kích thích họ mua sắm.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Thực ra cả hai hãng đều có ưu điểm riêng, quan trọng là chị thích phong cách và kiểu dáng nào thôi. Ưu điểm của chúng em là… Vậy hôm nay chị muốn xem quần áo để mặc đi đâu ạ?

NVBH: Mấy hãng chị nói đều có những nét độc đáo riêng, đều là những thương hiệu có tiếng cả, quan trọng là có phù hợp với nhu cầu của chị hay không thôi ạ. Bình thường chị hay để ý đến chất

liệu, kiểu dáng hay... của trang phục ạ? (dẫn dắt để khách nói ra sở thích của mình)

NVBH: Nếu vậy thì em thấy cửa hàng mình có thể đáp ứng nhu cầu của chị, vì chúng em tập trung vào ..., điểm độc đáo của chúng em là... Nhưng chị phải mặc thử mới cảm nhận được, để em lấy cho chị hai bộ mặc thử nhé, mời chị qua bên này ạ.

Tình huống 36

Tôi thường xuyên mua hàng ở đây, nhưng tôi thấy phong cách của các anh hay thay đổi lắm.

Ứng đối sai

1. Chúng tôi cũng chả có cách nào khác.

2. Chúng tôi cũng đã phản ánh với công ty rồi.

3. Sao tôi không thấy vậy nhỉ?

4. Tôi thấy thay đổi sẽ hợp với chị hơn.

Phân tích vấn đề

"Chúng tôi cũng chả có cách nào khác" hay "Chúng tôi cũng đã phản ánh với công ty rồi" cho thấy sự bất lực của bạn nhưng đồng thời lại làm giảm hình ảnh của công ty trong khi vấn đề vẫn chưa thực sự được giải quyết. Đây thuộc vào phương thức xử lý vô cùng tiêu cực.

"Sao tôi không thấy vậy nhỉ?" diễn đạt sự việc quá mơ hồ và có đôi phần chất vấn khách hàng, việc này sẽ dễ gây ra tranh cãi cho hai bên.

"Tôi thấy thay đổi sẽ hợp với chị hơn", câu giải thích này đơn giản đến mức vô nghĩa, không có sức thuyết phục.

Chiến lược bán hàng

Không phải mọi sản phẩm của công ty sản xuất đều hoàn hảo. Với tư cách một người bán hàng, khi phát hiện ra vấn đề, bạn phải lập tức thông báo cho công ty biết để xử lý, tuyệt đối không được vì lợi ích của mình để hạ thấp danh tiếng của công ty. Một nhân viên đi ngược lại lợi ích của công ty mình sẽ không bao giờ được khách hàng tôn trọng.

Trong trường hợp này, bạn hãy thuyết phục để khách thấy việc thay đổi phong cách luôn có tác dụng tích cực đến hình ảnh của họ. Có như vậy bạn sẽ biến mình từ thế bị động sang chủ động, từ nhược điểm thành ưu điểm và loại bỏ những nhân tố tiêu cực tác động lên khách hàng.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Chị quả là khách hàng thân thiết của cửa hàng, đúng là gần đây công ty đang có một số điều chỉnh về phong cách, đưa thêm vào một số yếu tố để bắt kịp trào lưu, nhưng về cơ bản vẫn giữ nguyên phong cách. Thực ra em lại thấy điều chỉnh như vậy sẽ hợp với chị hơn đấy, vì…

NVBH: Rất cảm ơn chị đã luôn ủng hộ cửa hàng. Thực ra những thay đổi này cũng rất tích cực, dù chị mặc đi làm hay đi chơi cũng đều rất tiện dụng. Ví dụ như hai bộ này đều rất hợp với chị, vì…

Tình huống 37

Hàng mới của các anh về hơi chậm đó.

Ứng đối sai

1. Hàng chuyển mùa năm nay chúng tôi làm hơi chậm.

2. Nhanh thôi ạ, hàng đang trên đường về rồi.

3. Hàng mới chúng tôi thường bây giờ mới có.

4. Chậm mà chắc ạ, chị xem những kiểu khác trước đi ạ.

Phân tích vấn đề

“Hàng chuyển mùa năm nay chúng tôi làm hơi chậm” hay “Nhanh thôi ạ, hàng đang trên đường về rồi”, bạn thừa nhận quan điểm của khách hàng, những câu kiểu này thiếu đi sự dẫn dắt theo hướng tích cực.

“Hàng mới chúng tôi thường bây giờ mới có” và “Chậm mà chắc ạ, chị xem những kiểu khác trước đi ạ” đều có tác dụng khẳng định thêm cho nhận xét của khách hàng, khiến họ nghĩ công ty của bạn có những nhân viên không chăm chỉ.

Chiến lược bán hàng

Khách hàng sẽ không bao giờ tôn trọng những người bán hàng cố

chấp không nhận lỗi, vì thế nếu đã mắc lỗi, bạn hãy cứ dũng cảm nhận lỗi, như vậy mới có thể lấy được thiện cảm của họ. Nhưng tất nhiên để thừa nhận một vấn đề chúng ta cũng cần phải có kỹ năng, đừng chỉ nhìn vào cái vỏ ngoài của sự việc, bởi mục tiêu cuối cùng vẫn là bán hàng, nên hãy nhanh chóng tìm cách để chuyển trọng tâm đề tài sang việc tư vấn trang phục cho khách.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Xin lỗi chị, do vận chuyển có chút trục trặc nên lần này hàng về hơi chậm, đến hôm qua mới về đến đây, em còn chưa kịp bày lên. Đợt này hàng về có mấy kiểu em thấy hợp với chị lắm, hôm qua em còn định gọi cho chị nữa đấy.

NVBH: Thành thật xin lỗi chị, lần này hàng về chậm mất mấy ngày. Hôm nay chị muốn xem kiểu gì ạ? (chuyển trọng tâm vấn đề)

NVBH: Đúng là lần này bị chậm mất mấy ngày, em còn đang sốt ruột thì may quá hôm qua hàng về rồi, chúng em vừa mới kịp treo lên thôi. Lần này hàng đẹp lắm chị ạ, để em cho chị xem!

Tình huống 38

Khách hàng rất hài lòng về kiểu dáng và màu sắc của trang phục, nhưng nghĩ rằng ở một số chỗ chất liệu mặc không được dễ chịu cho lắm.

Ứng đối sai

1. Sao lại không thoải mái được ạ?

2. Không phải đâu, loại vải này mặc rất dễ chịu đấy ạ.

3. Chúng tôi có nhiều khách hàng nhưng chưa ai nói như vậy cả.

Phân tích vấn đề

“Sao lại không thoải mái được ạ?” và “Không phải đâu, loại vải này mặc rất dễ chịu đấy ạ” thuộc vào loại tư duy thẳng. Kiểu trả lời bật lại khách này sẽ không bao giờ lấy được thiện cảm của họ. Để thuyết phục được người mua, trước hết bạn phải học cách nhượng bộ và tán đồng, đó chính là kế “lùi mà tiến”. Đồng tình với khách hàng sau đó tán dương sẽ khiến họ cảm thấy dễ chịu, từ đó bạn có thể dễ dàng thuyết phục họ hơn.

“Chúng tôi có nhiều khách hàng nhưng chưa ai nói như vậy cả” sẽ khiến khách hàng nghĩ mình thật khác người.

Chiến lược bán hàng

Khi càng cố gắng thuyết phục một người, bạn càng cảm thấy khó khăn, vì chẳng ai muốn bị thuyết phục bởi một người mà họ không thích. Có nhiều khi khách hàng từ chối không phải do bản chất sự việc mà do những người liên quan đến sự việc đó, điều này có nghĩa là nếu khách hàng chấp nhận bạn thì việc bán hàng sẽ trở nên dễ dàng hơn. Để làm được điều đó thì việc tán đồng và tán dương khách hàng trở thành một kỹ năng vô cùng lợi hại.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Chị thấy chỗ nào chưa được thoải mái ạ?

NVBH: (sau khi khách nói xong) Là do ở chỗ này hay vận động nhiều nên nhà thiết kế đã sử dụng chất liệu lycra để người mặc được thoải mái hơn đó chị, chất liệu này có ưu điểm… (trao đổi từ góc độ chất liệu và thiết kế)

NVBH: Em cũng đang định giới thiệu cho chị điểm này, vì đây là khu vực ta hay vận động nhất nên nhà thiết kế đã sử dụng chất liệu lycra để người mặc cảm thấy dễ chịu hơn. Nhiều khách hàng đã mua đều rất ưa thích điểm này. Nhưng chị phải mặc thử mới cảm nhận được, ở đây có phòng thay đồ em mời chị vào thử nhé!

Tình huống 39

Hàng cao cấp gì chứ, làm ẩu quá vẫn còn tua chỉ đây này!

Ứng đối sai

1. Hàng mới mà chị, những lỗi nhỏ như vậy cũng khó tránh.

2. Quần áo bây giờ đều thế cả, sửa một tí là xong mà.

3. Cắt đi là xong, không sao đâu ạ.

Phân tích vấn đề

Bất cứ chi tiết nhỏ nào cũng đều có thể ảnh hưởng tới doanh số bán hàng của chúng ta. Tua chỉ chưa cắt hết chỉ là một chi tiết nhỏ nhưng nó có khả năng gây tác động xấu đến tâm lý của người mua, họ có thể vì điều này mà hoài nghi chất lượng sản phẩm và thương hiệu của bạn. Vì vậy bạn phải hết sức để tâm đến những

ảnh hưởng tiêu cực có thể tạo ra do sự bất cẩn trong lời nói.

“Hàng mới mà chị, những lỗi nhỏ như vậy cũng khó tránh” và “Quần áo bây giờ đều thế cả, sửa một tí là xong mà” sẽ khiến họ nghĩ bạn làm ăn cẩu thả và vô trách nhiệm, hãy cẩn thận vì điều này có thể làm họ nổi nóng.

“Cắt đi là xong, không sao đâu ạ”, tua chỉ thì chỉ cần một nhát kéo cắt là xong nhưng sự hoài nghi của khách hàng vào chất lượng sản phẩm thì không thể xua tan đi dễ dàng.

Chiến lược bán hàng

Hãy dũng cảm nhận lỗi nếu biết mình sai vì sự hối lỗi bao giờ cũng được thông cảm. Nếu bạn cố tình biện hộ hay chối bỏ trách nhiệm sẽ càng khiến cho khách hàng coi thường bạn hơn mà thôi. Biết nhận lỗi cũng là biểu hiện của sự thông minh, tuy nhiên để làm được điều này cũng cần phải có kỹ năng.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Xin lỗi chị do em làm việc sơ suất không phát hiện ra lỗi này, đây là lỗi của em, mong chị bỏ qua cho. Em sẽ báo việc này lên công ty để điều chỉnh ngay lập tức ạ. Để em lấy cho chị một chiếc khác để thử nhé, mời chị qua bên này ạ…

NVBH: Ôi em bất cẩn quá không để ý đến lỗi này, cảm ơn chị đã nhắc nhở. Em sẽ phản ánh việc này lên công ty để sửa ngay, chị thông cảm nhé! Vậy hôm nay chị muốn xem áo khoác hay… (hỏi khách để chuyển hướng đề tài)

Tình huống 40

Nếu áo lông mặc mấy ngày bị rụng lông hoặc biến dạng thì các anh xử lý thế nào?

Ứng đối sai

1. Chị đừng lo, trường hợp này hiếm khi xảy ra lắm.

2. Áo lông của chúng tôi chưa bao giờ bị như vậy cả.

3. Chúng tôi là thương hiệu có uy tín, chị yên tâm.

Phân tích vấn đề

“Chị đừng lo, trường hợp này ít xảy ra lắm”, nếu khách hàng tỏ ra

lo lắng về vấn đề đó cũng là việc hết sức bình thường, nhưng cách trả lời chung chung và mơ hồ kiểu này của bạn sẽ chỉ khiến họ thêm hoang mang. Bạn cũng không đưa ra được cách xử lý trong trường hợp vấn đề thực sự xảy ra.

“Áo lông của chúng tôi chưa bao giờ bị như vậy cả” và “Chúng tôi là thương hiệu có uy tín, chị yên tâm”, cách khẳng định dứt khoát vấn đề sẽ không bao giờ xảy ra này đồng nghĩa với việc bạn tự đặt dấu chấm hết cho sự nghiệp của mình đấy, bởi câu này vừa vô nghĩa vừa thiếu thuyết phục.

Chiến lược bán hàng

Trước hết bạn cần tỏ ra thông cảm với lo lắng của khách hàng, khẳng định thêm tầm quan trọng của việc chọn thương hiệu uy tín. Hãy nhấn mạnh vào những ưu điểm của áo lông để loại bỏ băn khoăn của họ, nếu có thể hãy đưa ra những dẫn chứng số liệu cụ thể để tăng thêm sự tin tưởng của người mua.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Chị lo lắng cũng đúng vì hiện nay có một số loại áo lông kém chất lượng đang được bán trên thị trường đã xuất hiện những tình trạng như vậy. Nhưng chị yên tâm với chất lượng áo của công ty em, sử dụng công nghệ… kỹ thuật… nên sẽ không bao giờ bị như vậy, công ty cũng đã đăng ký kiểm tra chứng nhận chất lượng ở Cục Công thương nên chị hoàn toàn yên tâm nhé. Nếu không may có xảy ra sự cố như vậy thì chúng em sẽ chịu trách nhiệm hoàn toàn, chị không phải lo đâu ạ.

NVBH: Đúng rồi ạ, mua áo lông quan trọng nhất là điều này, vì thế phải chọn mua hãng có chất lượng. Em bán hàng cũng đã 2 năm rồi, bán ra cũng khoảng hơn 1.000 chiếc nhưng chưa gặp trường hợp phàn nàn nào cả. Nếu anh chẳng may gặp phải thì cửa hàng sẽ chịu trách nhiệm xử lý, nên anh cứ yên tâm. Áo lông phải mặc thử mới biết có hợp với mình hay không, để em lấy size cho anh thử, anh chờ em một chút ạ.

Tình huống 41

Tại sao chất liệu này của các anh không thể giặt máy còn hãng X thì được?

Ứng đối sai

1. Loại này của chúng em đúng là không thể giặt máy được.

2. Nếu đúng là cùng một chất liệu thì đều không thể giặt máy đâu ạ.

3. Chị có thể giặt máy, nhưng làm vậy hại quần áo lắm.

Phân tích vấn đề

Khách hàng khi mua đồ thường thích mua được đồ vừa đẹp mà lại tiết kiệm được thời gian và chi phí làm sạch. Nhưng những đồ đắt tiền một chút thì thường không thể giặt bằng máy, giặt khô chi phí cao còn giặt tay thì mất thời gian. Vậy phải làm sao để đơn giản hóa vấn đề này, khiến cho khách hàng chấp nhận mua một món đồ không thể giặt máy?

“Loại này của chúng em đúng là không thể giặt máy được”, bạn giải thích quá đơn giản, khách hàng sẽ nghĩ bạn thiếu bán hàng nhiệt tình.

“Nếu đúng là cùng một chất liệu thì đều không thể giặt máy đâu ạ”, bạn đang ám chỉ khách hàng thiếu hiểu biết, khiến họ cảm thấy mất mặt.

“Chị có thể giặt máy, nhưng làm vậy hại quần áo lắm”, câu này coi như không có tác dụng vì khách hàng sẽ thấy bạn là một người bán hàng vô trách nhiệm.

Chiến lược bán hàng

Hiện nay một số nhân viên bán hàng đang có khuynh hướng trả lời tập trung vào kết quả, có nghĩa là khách hàng hỏi gì thì chỉ trả lời cái đó, họ bỏ qua những tác động liên quan trong quá trình trước khi đi đến kết quả. Thực ra khách hàng không chỉ quan tâm đến kết quả mà còn quan tâm đến quá trình của sự việc, nếu bạn đi từ quá trình để thuyết phục họ bằng sự chân thành, có thể họ sẽ dễ dàng chấp nhận kết quả không được trọn vẹn hơn. Vì thế khi trả lời khách hàng bạn hãy đưa thêm những nguyên nhân có thể gây ra kết quả như vậy, để họ thấy được bạn là một người bán hàng có trách nhiệm với công việc.

Ở tình huống này, trước hết bạn hãy tỏ ra thông cảm với khách hàng, làm cho họ mở rộng lòng hơn để chấp nhận nghe lời giải thích của bạn. Sau đó hãy nói cho họ biết những nguyên nhân cụ thể không dùng máy giặt được và các cách xử lý. Như vậy khách hàng sẽ cảm nhận được sự chân thành và tận tâm ở bạn mà đồng ý mua món hàng đó.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Thực ra không phải bộ này không thể giặt máy được, mà giặt tay hoặc giặt khô sẽ giúp quần áo được bền hơn, dù sao bộ này cũng không rẻ. Quần áo được giữ gìn tốt thì khi mặc lên không những dễ chịu mà trông lúc nào cũng như mới chị ạ.

NVBH: Hãng mà chị nói em đã biết vì hồi trước cũng có khách hàng thắc mắc y như chị. Thực ra nếu chất liệu giống nhau thì cách giặt cũng sẽ giống nhau, vì chất liệu này được làm từ... nên chúng em không khuyến khích giặt máy, như vậy mới giữ được lâu và quần áo không bị mất dáng.

Tình huống 42

Hàng ngoại nhập gì chứ, các anh chẳng qua chỉ là treo cái mác hàng Ý lên mà thôi.

Ứng đối sai

1. Cái này thì em không biết.

2. Hàng chúng em đúng là của Ý thật mà.

3. Rất nhiều mẫu vải của chúng em được nhập từ Ý về mà.

Phân tích vấn đề

"Cái này thì em không biết" thể hiện sự thiếu chuyên nghiệp, đến cả hàng mình bán ra cũng không nắm được xuất xứ, như vậy chẳng khác nào đồng tình với nhận xét của khách hàng.

"Hàng chúng em đúng là của Ý thật mà" không mang lại tác dụng thuyết phục.

"Rất nhiều mẫu vải của chúng em được nhập từ Ý về mà" là thừa nhận chỉ có vải nhập từ Ý còn thương hiệu chỉ là ăn theo.

Chiến lược bán hàng

Hiện nay trên thị trường có rất nhiều thương hiệu đang sử dụng chiêu thức này nên khách hàng thắc mắc cũng là điều dễ hiểu. Nếu ngay từ đầu thay vì ra sức phủ nhận và thuyết phục, bạn cố gắng lấy được thiện cảm của khách hàng thì vấn đề sẽ được giải quyết nhanh chóng hơn.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Đúng là bây giờ có nhiều công ty như vậy nên anh băn khoăn cũng phải. Nhưng công ty em liên doanh với một công ty của Ý nên về thiết kế, tôn chỉ thương hiệu, hay quản lý đều có ảnh hưởng của phong cách thời trang Ý. Anh sẽ cảm nhận được ngay thôi, ưu điểm của sản phẩm công ty em là…

NVBH: Anh thắc mắc cũng phải nhưng đúng là công ty em liên doanh với một công ty của Ý nên hai năm nay về chất lượng sản phẩm, dịch vụ và quản lý công ty đều đã có những tiến bộ đáng kể, ngay đến những nhân viên bình thường như em cũng cảm nhận được rõ rệt. Em tin chỉ cần anh thử một lần sử dụng sản phẩm của chúng em sẽ cảm nhận được dịch vụ của công ty ngay thôi.

Tình huống 43

Mua quần áo thì mua ở X vẫn tốt nhất, bình thường tôi vẫn đến đó mua.

Ứng đối sai

1. Phong cách của chúng tôi cũng giống như vậy.

2. Chị có thể thay đổi xem thế nào.

3. Rất nhiều khách hàng bên đó qua bên chúng tôi mua đấy.

5. Bên đó bán đắt hơn chúng tôi nhiều.

6. Chúng tôi cũng có tiếng như bên đó nhưng bán rẻ hơn nhiều.

Phân tích vấn đề

“Phong cách của chúng tôi cũng giống như vậy”, câu giải thích này không đi thẳng vào vấn đề, thiếu trọng tâm.

“Chị có thể thay đổi xem thế nào” không nhấn mạnh được lý do khách hàng nên thay đổi nhãn hiệu.

“Rất nhiều khách hàng bên đó qua bên chúng tôi mua đấy” mang lại cảm giác thiếu trung thực khi bạn đang hạ thấp người khác để nâng mình lên.

Hai câu cuối khiến khách hàng nghĩ nhân viên ở đây đang cố ý “dìm hàng” đối thủ và dễ gây ra tranh cãi về giá cả.

Chiến lược bán hàng

Đối thủ cạnh tranh vừa là đối tượng để ta học hỏi vừa là mục tiêu để ta vượt qua. Sự tồn tại của các đối thủ cạnh tranh là một điều tất yếu của nền kinh tế thị trường. Kiểm soát được các hành vi của mình cũng có thể xác định được các bước đi của đối thủ. Một đối thủ mạnh sẽ giúp ta trở nên mạnh hơn, đây cũng là một bí quyết trong kinh doanh.

Thực tế, thái độ của bạn đối với các đối thủ cạnh tranh cũng chính là thước đo đánh giá của khách hàng khi quan sát bạn. Hạ thấp đối thủ không nâng cao được vị thế của bạn mà còn khiến cho khách hàng thêm coi thường bạn. Vì vậy khi khách hàng đề cập đến việc so sánh sản phẩm của bạn với đối thủ cạnh tranh, bạn hãy bình tĩnh, tự tin trao đổi với họ.

Trong tình huống này, trước hết, bạn có thể dành một số lời khen cho đối thủ, đồng thời nhấn mạnh thêm ưu điểm của công ty mình. Khéo léo thể hiện cho khách hàng thấy mình luôn tốt hơn đối thủ bằng những kiến thức chuyên môn và ngôn ngữ chân thành, như vậy mới có thể tạo được ấn tượng tốt trong mắt họ.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Em thấy X là một thương hiệu khá ổn, đó cũng là đối tượng để bên em học hỏi. Vậy chị thấy bên đó có những điểm gì thu hút ạ?

NVBH: (sau khi khách nói xong) Hóa ra là vậy, đúng là điểm này bên đó làm khá tốt nhưng bên em cũng không kém đâu ạ, rất nhiều khách hàng đều khen bên em. Thật tiếc vì từ trước tới giờ chị chưa biết đến cửa hàng em, vậy hôm nay đã đến đây rồi để em giới thiệu thêm cho chị về sản phẩm của công ty em nhé.

NVBH: Quả thật bên đó cũng là một thương hiệu mạnh, khách hàng thành đạt cũng thường hay mua đồ ở đó. Thực ra đối tượng khách hàng của bên em và bên đó cũng giống nhau, chỉ có phong cách là khác. Phong cách bên đó là... còn bên em là... Em thấy phong cách của chị cũng có thể chọn đồ ở chỗ em đấy, vì... (nhấn mạnh chủ trương của thương hiệu mình)

Tình huống 44

Kiểu này không phải cotton 100%, tôi không mua nữa đâu.

Ứng đối sai

1. Chất liệu này còn tốt hơn cotton 100%.

2. Mặc dù không phải cotton 100% nhưng mặc cũng rất thoáng.

3. Cotton dễ bị co và nhàu, không dễ giặt đâu ạ.

4. Thế chị xem những kiểu khác vải cotton nhé.

5. Nhưng cũng có người không thích cotton, cái này tùy theo sở thích mỗi người.

Phân tích vấn đề

"Chất liệu này còn tốt hơn cotton 100%" và "Mặc dù không phải cotton 100% nhưng mặc cũng rất thoáng" là những cách giải thích thiếu bằng chứng thuyết phục, chúng thể hiện bạn là con người cố chấp.

"Cotton dễ bị co và nhàu, không dễ giặt đâu ạ" mang tính phản ứng mạnh sẽ khiến khách hàng khó chịu.

"Thế chị xem những kiểu khác vải cotton nhé" hay "Nhưng cũng có người không thích cotton, cái này tùy theo sở thích mỗi người" đồng nghĩa với việc bạn đồng tình với khách hàng, từ bỏ nỗ lực bán hàng quá dễ dàng.

Chiến lược bán hàng

Trước một câu hỏi của khách hàng nếu bạn tỏ ra lúng túng, ánh mắt không tập trung hay trả lời lắp bắp sẽ làm cho hiệu quả giảm đi đáng kể. Hãy tự tin và tỏ ra chuyên nghiệp, dùng giọng điệu vừa phải cùng thái độ chân thành để đối diện với họ, như vậy trước khi bạn thuyết phục họ thì vấn đề đã giải quyết được một nửa rồi.

Trong trường hợp này, trước hết hãy tiếp tục khẳng định chất liệu cotton là tốt nhưng chất liệu này còn tốt hơn, sau đó nhanh chóng mời họ thử đồ để cảm nhận hiệu quả của chất liệu và chuyển đề tài một cách khéo léo.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Đúng rồi ạ, chất cotton mặc thấm mồ hôi mà lại thoáng nên mọi người đều thích. Thực ra chất liệu này cũng chứa X% thành phần cotton nên mặc cũng rất thoải mái. Hơn nữa lại chứa thành phần Y nữa nên giặt dễ hơn cotton rất nhiều. Em khuyên anh nên mặc thử để kiểm chứng xem em nói có đúng không nhé, mời anh qua bên này ạ!

NVBH: Chất liệu này có chứa X% cotton nên mặc vẫn thoáng như cotton. Hơn nữa lại có thành phần Y nên vải không dễ bị co và phai màu như chất liệu cotton, mặc sẽ càng thoải mái hơn. Em nghĩ tốt nhất anh nên mặc thử để tự mình cảm nhận nhé, mời anh theo em ạ.

NVBH: Đúng rồi ạ, nhất là mùa hè mặc vải cotton rất thấm mồ hôi và thoáng, thực sự dễ chịu. Dù kiểu này không phải 100% cotton nhưng ưu điểm thì hoàn toàn giống nên ngoài cotton ra thì khách hàng cũng rất chuộng chất liệu vải này anh ạ. Hơn nữa, chất vải này còn có thêm ưu điểm là… Em mời anh thử mặc xem thế nào nhé.

Tình huống 45

Áo của các anh có trang trí bằng da nên tiệm giặt khô bảo không giặt được.

Ứng đối sai

1. Có một chút xíu không ảnh hưởng đâu ạ.

2. Sao lại không giặt khô được, không sao đâu ạ.

3. Lạ quá, mọi người không ai nói như vậy cả.

Phân tích vấn đề

“Có một chút xíu không ảnh hưởng đâu ạ” và “Sao lại không giặt khô được, không sao đâu ạ”, cách biểu đạt theo dạng tư duy thẳng này không có tác dụng thuyết phục, khiến người nghe không tin vào những lời bạn nói và sẽ nghĩ bạn thiếu trách nhiệm.

“Lạ quá, mọi người không ai nói như vậy cả”, bạn đang bảo khách hàng của bạn khác người đấy, chắc chắn họ sẽ không vui vẻ gì rồi.

Chiến lược bán hàng

Biết cách ứng xử và tỏ ra lễ phép để thiết lập mối quan hệ tốt đẹp với khách hàng sẽ giúp cho việc bán hàng và xử lý những phản ánh sau bán hàng được thuận lợi hơn rất nhiều.

Đối với tình huống này, trước hết bạn hãy xin lỗi khách hàng về điều đó để lấy được sự thông cảm từ họ trước, sau đó mới đưa ra những phương án xử lý. Như vậy sẽ khiến cho khách hàng nhanh chóng chấp nhận cách giải quyết của bạn hơn.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Thật vô cùng xin lỗi chị, trời lạnh thế này bắt chị phải đến tận đây. Bên giặt đồ chắc là cũng có trách nhiệm nên mới không dám nhận đồ của chị. Nhưng chị cứ yên tâm bảo với họ là chỗ da đó bên em đã qua khâu xử lý, sẽ không bị ảnh hưởng gì, họ cứ giặt như bình thường nhé.

NVBH: Cũng tại em lần trước chưa dặn chị là chỗ da này giặt khô không vấn đề gì vì bên em đã tiến hành xử lý qua rồi, chị cứ bảo họ giặt như bình thường nhé. Em áy náy quá vì phiền chị phải đi lại như thế này.

NVBH: Đúng rồi ạ, đồ da bình thường thì không nên giặt khô vì dễ bị..., nên chị có thể tự giặt theo khuyến cáo trên mác sản phẩm, như vậy mới giữ được quần áo bền lâu. Em thật là áy náy quá, chỉ tại lần trước chưa nói rõ cho chị nên mới phiền chị phải đi lại như thế này.

Chương IV.
Xử lý các tình huống liên quan đến giá cả

Tình huống 46

Hãng của các anh cũng tương tự như X, nhưng giá lại cao hơn họ nhiều. Với chất liệu này, bên đó chỉ bán 200 nghìn, sao các anh lại bán hơn 300 nghìn vậy.

Ứng đối sai

1. Không cùng thương hiệu thì giá làm sao giống nhau được?

2. Cũng không chênh nhau mấy đâu ạ.

3. Mẫu mã của chúng tôi đa dạng, gia công cẩn thận, họ sao có thể sánh với chúng tôi được.

4. Thật sao? Chắc không giống nhau đâu ạ.

Phân tích vấn đề

“Không cùng thương hiệu thì giá làm sao giống nhau được” nói như thế này về căn bản vẫn chưa đưa ra được sự khác nhau về bản chất của vấn đề, sẽ khó để thuyết phục khách hàng tin bạn.

“Cũng không chênh nhau mấy đâu ạ”, khách hàng của bạn sẽ khó chịu khi nghe thấy câu này, lẽ nào đó không phải là tiền hay sao?

“Mẫu mã của chúng tôi đa dạng, gia công cẩn thận, họ sao có thể sánh với chúng tôi được”, cách giải thích hạ bệ đối thủ này sẽ chỉ khiến khách hàng mất thiện cảm với bạn mà thôi.

“Thật sao? Chắc là không giống nhau đâu ạ”, chất vấn khách hàng như thế này sẽ dễ khiến cho cả hai bên rơi vào khẩu chiến và điều này không giúp ích gì cho việc giải quyết vấn đề.

Chiến lược bán hàng

Nghiên cứu đã chỉ ra rằng tiềm năng mua sắm của khách hàng có thể vượt mức dự định ban đầu của họ đến 150%. Điều này chứng tỏ việc khách hàng so sánh giữa các thương hiệu không phải vì họ băn khoăn về sự chênh lệch khoản tiền, mà cái chính là họ đang cân nhắc việc có đáng bỏ thêm tiền vào một món đồ hay không. Thực tế, rất nhiều khách hàng sẵn sàng chi thêm tiền để mua được một bộ quần áo có chất lượng và kiểu dáng độc đáo hơn, vì vậy là một người bán hàng, bạn không nên vì giá của bên mình cao hơn của đối thủ cạnh tranh mà đã vội vàng bỏ cuộc bởi mỗi một thương hiệu đều có điểm mạnh riêng. Đầu tiên, hãy thiết lập một không gian mua bán hòa nhã, sau đó mới tập trung nhấn mạnh vào ưu điểm sản phẩm của cửa hàng mình để khách chấp nhận.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Đúng là công ty em và công ty X cũng có tiếng ngang nhau và đối tượng khách hàng cũng gần giống nhau, nên nhiều khách hàng cũng thắc mắc như chị. Mặc dù giá bên em có cao hơn một chút nhưng vẫn rất nhiều khách hàng lựa chọn mua đồ của bên em, vì họ quan tâm đến… (liệt kê những ưu điểm khác biệt). Em mời chị qua bên này ạ, để em giới thiệu cho chị mấy kiểu mới về, chị xem là biết ngay thôi ạ.

NVBH: Chị ơi, hàng bên em có cao hơn bên X một chút là do… nên khi mặc lên trông sẽ… đấy cũng là ưu điểm khiến các khách hàng mua đồ bên em rất thích. Quần áo mình mặc phải thật thoải mái dễ chịu, có đắt hơn chút ít cũng đáng tiền phải không chị?

NVBH: Đúng là hồi trước cũng có nhiều khách hàng thắc mắc về vấn đề này. Thực ra khi mặc lên thoạt nhìn kiểu dáng và phong cách có vẻ giống nhau, sở dĩ giá bên em cao hơn một chút mà vẫn có nhiều khách mua là vì… (nói thêm ưu điểm và điểm khác biệt), họ muốn khi mặc lên có thể… (bổ sung các mặt nổi trội về chất lượng)

NVBH: Chị đưa ra câu hỏi rất hay, hồi trước cũng đã có một vài khách hàng thắc mắc với em như vậy. Đúng là hiện nay trên thị trường, một vài cửa hàng thời trang đang bán một số trang phục

có kiểu dáng và chất liệu tương tự như công ty em, em cũng đã đi xem qua và em tin là chị cũng có thể phát hiện ra được, thực ra bên em có rất nhiều điểm khác biệt, không kể chất lượng, màu sắc hay gia công, tất cả đều có thể thấy rõ, khi mặc lên thì còn thấy rõ hơn. Quần áo nhất định phải mặc thử mới có thể cảm nhận được có dễ chịu hay không, ở bên này có phòng thử đồ chị qua thử nhé, chỉ cần mặc lên chị sẽ thấy khác biệt ngay thôi.

Tình huống 47

Tôi cũng muốn mua nên mới đến đây mấy lần như thế này, nếu bớt chút nữa thì tôi mua ngay.

Ứng đối sai

1. Nếu được thì em bán cho chị ngay.

2. Chúng em cũng muốn bán lắm nhưng mà giá không rẻ hơn được đâu ạ.

3. Em biết nhưng đây là quy định của công ty, em cũng không làm khác được.

Phân tích vấn đề

"Nếu được thì em bán cho chị ngay" ngầm bảo với khách hàng đừng kỳ kèo vô ích.

"Chúng em cũng muốn bán lắm nhưng mà giá không rẻ hơn được đâu ạ" là một cách từ chối quá thẳng thắn, không chừa một nước đi để thay đổi tình thế.

"Em biết nhưng đây là quy định của công ty, em cũng không làm khác được", mang công ty ra làm lá chắn thể hiện rõ sự bất lực của bạn. Đồng thời cũng khiến khách hàng thấy phản cảm vì nghĩ công ty bạn không hề có sự linh động trong việc bán hàng.

Các kiểu trả lời như trên không dẫn dắt được khách hàng cũng như không mang tới cho họ cơ hội để có thể thay đổi tình hình, đó là những kiểu phản ứng rất tiêu cực.

Chiến lược bán hàng

Các nghiên cứu đã chỉ ra rằng, nếu xử lý tốt những trường hợp khách quay lại cửa hàng thì khả năng mua rất cao. Trong trường hợp này trước hết, bạn hãy giữ thể diện cho họ, vì một khi đã quay

lại, chắc chắn họ cũng có đôi chút ngại ngần và xấu hổ, vì thế nên hãy nói chuyện với họ một cách chân thành và tự nhiên. Hãy tỏ ra phấn khởi để nhấn mạnh lại những ưu điểm của bộ đồ khiến khách hàng cảm thấy họ nhất định phải mua ngay hôm nay. Tất nhiên đối với những khách hàng thích mặc cả, bạn cũng có thể nhượng bộ đôi chút trong phạm vi cho phép. Nhưng linh động cũng cần phải có kỹ năng, trước khi làm điều đó bạn hãy thể hiện việc giữ vững quan điểm trên cơ sở tôn trọng khách hàng, sau đó từ từ nhượng bộ để việc giao dịch diễn ra thành công.

Bạn có thể lựa chọn vài cách xử lý sau: thứ nhất, bạn có thể từ chối thương lượng trên cơ sở vẫn giữ thể diện cho khách hàng bằng cách nhấn mạnh vào ưu điểm lợi ích mà bộ đồ mang lại; thứ hai, hãy khéo léo đưa ra các điều kiện kèm theo để khách hàng có thể chấp nhận mua đồ cho dù không được giảm giá. Tất nhiên cách chúng ta hay sử dụng nhất là ban đầu giữ vững lập trường, sau đó từ từ nhượng bộ đôi chút cho khách hàng.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Thực ra em biết chị đã đi lại mấy lần rồi, em cũng rất muốn bán cho chị nhưng đành xin lỗi chị vì không thể giảm giá được chị ạ. Mình mua đồ quan trọng nhất là xem nó có phù hợp với mình hay không, còn hơn chị mua được rẻ mà không mặc được thì sẽ lãng phí hơn nhiều, chị thấy có phải không ạ? Bộ này cực kỳ hợp với chị, chất lượng lại quá ổn, có thể mặc được mấy năm, tính ra như vậy có khi lại kinh tế hơn, chị thấy sao ạ?

NVBH: Em thấy tuần trước chị đã đến rồi, thực ra bộ này rất hợp với chị mà chị cũng rất thích phải không? Em thực lòng muốn bán nhưng giảm giá thì không được chị ạ. Hay chị cũng mất công đi lại nhiều lần cũng coi như khách quen, em sẽ tặng thêm cho chị một món quà nhỏ rất hữu dụng, chị thấy có được không ạ?

Tình huống 48

Tôi thấy bộ này cũng được nhưng anh bớt một chút là tôi mua liền.

Ứng đối sai

1. Xin lỗi chị, đây đã là giá thấp nhất rồi ạ.

2. Xin lỗi chị, ở đây chúng em bán đúng giá.

3. Em không có cách nào vì đây là giá niêm yết của công ty rồi.

Phân tích vấn đề

“Xin lỗi chị, đây đã là giá thấp nhất rồi ạ” hay “Xin lỗi chị, ở đây chúng em bán đúng giá” ám chỉ rằng khách hàng đừng cố kỳ kèo bởi ở đây không cho mặc cả. Làm như vậy sẽ khiến khách hàng cảm thấy khó chịu.

“Em không có cách nào vì đây là giá niêm yết của công ty rồi” ngầm thừa nhận với khách hàng đúng là giá có hơi cao, nhưng đây là chuyện của công ty nên đành chịu, mua hay không do khách tự quyết định.

Chiến lược bán hàng

Việc mặc cả của khách hàng đôi khi chỉ là bản năng và thói quen của họ, cho dù giá ban đầu có rẻ hơn nữa thì họ cũng vẫn mặc cả. Vì vậy khi bạn nói “ở đây chúng tôi bán đúng giá” mang lại cho họ cảm giác bị bẽ mặt, chẳng khác nào đang đuổi họ đi. Trước khi giải quyết bất cứ vấn đề nào khách hàng đưa ra, bạn cần phải hiểu rõ một điều: một khi khách hàng không hợp tác với bạn, thì dù bạn nói điều gì cũng đều vô tác dụng. Điều trước tiên bạn cần giải quyết không phải bản thân của vấn đề mà là tìm cách để khách hàng chấp nhận bạn. Có như vậy những điều bạn nói mới được dễ dàng chấp nhận hơn.

Trong trường hợp này, trước hết hãy hưởng ứng quan điểm của khách hàng khiến họ có thiện cảm với bạn, sau đó chân thành giải thích cho họ hiểu giá không thể giảm hơn được nữa. Bạn cũng có thể hỏi họ mục đích chính của việc mua đồ. Ngay khi khách hàng đã cởi mở hơn với bạn, lập tức áp dụng “phép hiệp ước giả định” khuyến khích khách nhanh chóng đưa ra quyết định, nhưng nên nhớ là đừng dừng lại ở điểm này quá lâu.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Đây là giá đã được công ty thống nhất quy định nên em cũng không thể giảm giá được, mong chị hiểu cho. Giá cả quan trọng nhưng có hợp với mình không còn quan trọng hơn chị ạ. Giả sử bây giờ chị mua được bộ đồ rẻ nhưng mua về lại chỉ mặc mấy lần, tính ra có khi lại thành đắt, chị thấy có đúng không ạ? (nếu thấy khách đồng ý thì lập tức đề nghị họ mua hàng)

NVBH: Chị là khách quen nên giá đó là giá tốt nhất của cửa hàng dành cho chị rồi ạ, mong chị thông cảm. Nhưng chị yên tâm mặc dù không thể bớt thêm nhưng chất lượng và dịch vụ của công ty em thì hoàn toàn đảm bảo khiến chị hài lòng. Cái này mới quan

trọng, chị thấy có đúng không ạ? (nếu thấy khách có biểu hiện thì lập tức đề xuất mua hàng)

NVBH: Em cũng rất muốn bán bộ này cho chị vì nó hợp với chị mà em cũng hoàn thành được doanh số tháng này. Nhưng xin lỗi chị vì em cũng không còn cách nào khác, mong chị hiểu cho. Hơn nữa, mọi người có câu "tiền nào của ấy", nên chị cứ yên tâm về chất lượng của sản phẩm bên em (nếu thấy khách biểu hiện ra là đồng ý thì lập tức đề xuất mua hàng).

Tình huống 49

Bộ này chỉ làm từ chất liệu bình thường, sao lại đắt như vậy?

Ứng đối sai

1. Đây là hàng chính hãng mà chị.

2. Vải cũng có mấy loại, loại này không giống như mấy loại kia đâu ạ.

3. Bây giờ chúng em đang có chương trình giảm giá, chị cứ thử đi ạ.

4. Bây giờ quần áo toàn may bằng vải này thôi ạ.

Phân tích vấn đề

"Đây là hàng chính hãng mà chị", nói thế này sẽ khiến khách hàng nghĩ chất liệu vải của hãng quá bình thường, bạn chỉ đang bán tên thương hiệu mà thôi.

"Vải cũng có mấy loại, loại này không giống như mấy loại kia đâu ạ", bạn không nói rõ được rốt cuộc chất liệu này có gì khác so với những chất liệu kia, bạn giải thích quá đơn giản, không có sức thuyết phục.

"Bây giờ chúng em đang có chương trình giảm giá, chị cứ thử đi ạ", thực tế bạn đang ngầm thừa nhận hàng của bạn đắt và chưa trả lời trực tiếp câu hỏi của khách hàng.

"Bây giờ quần áo toàn may bằng vải này thôi ạ", chất vấn khách hàng kiểu này sẽ khiến họ cảm thấy mình không có kiến thức, như vậy họ sẽ bị mất mặt.

Chiến lược bán hàng

Với tư cách một người bán hàng, bạn cần học cách tìm ra được vũ khí phản công từ chính những vấn đề tưởng chừng không thể giải quyết được mà khách hàng đưa ra.

Trong trường hợp này, hãy chỉ ra ưu điểm của chất liệu vải đó để khách hàng thấy được những lợi ích từ việc chọn mua kiểu trang phục này, qua đó hóa giải những băn khoăn của họ. Tuy nhiên, nếu khách hàng kiên quyết cho rằng gía của chất liệu này không hợp lý, thì bạn hãy bỏ qua bộ đồ đó và giới thiệu cho họ một bộ có chất liệu vải khác.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Chị hẳn là người am hiểu về các chất liệu vải. Thực ra chất liệu này cũng có vài loại. Như kiểu chị đang xem đây cũng không phải hoàn toàn là chất vải đó, nếu không khi mặc sẽ cảm thấy… nên công ty đã đưa thêm vào một số thành phần như… để vừa giữ được những ưu điểm của chất liệu vừa có thêm những ưu điểm của… Như vậy người mặc sẽ cảm thấy dễ chịu, thoải mái hơn nhiều ạ.

NVBH: Chị tinh mắt thật đấy, nếu là 100% chất vải này thì giá sẽ không cao thế này đâu, sở dĩ chất liệu này của bọn em khác với các chất liệu thông thường là do… nên mặc lên sẽ có cảm giác… Hay để em lấy cho chị mặc thử để cảm nhận xem nhé, mời chị qua đây ạ.

Tình huống 50

Bộ này cũng giống như ở hàng bên cạnh đều là vải bông gòn, sao lại đắt hơn nhiều thế?

Ứng đối sai

1. Thật sao ạ, đâu có giống nhau đâu.

2. Bông gòn cũng có nhiều loại, hàng của bên em khác bên đó ạ.

3. Chị mua quần áo không chỉ xem chất liệu, còn phải xem kiểu dáng mẫu mã nữa chứ.

Phân tích vấn đề

“Thật sao ạ, đâu có giống nhau đâu” và “Bông gòn cũng có nhiều loại, hàng của bên em khác bên đó ạ” là hai cách nói thuộc dạng chất vấn khách hàng nhưng lại không đưa ra được bằng chứng cụ

thể nên thiếu sức thuyết phục.

“Chị mua quần áo không chỉ xem chất liệu, còn phải xem kiểu dáng mẫu mã nữa chứ”, bạn đang dùng thái độ lên lớp khi nói chuyện với khách hàng sao? Chắc chắn họ sẽ chẳng ưa bạn vì không ai muốn được nghe thuyết giáo, đặc biệt người phải bỏ tiền ra mua sản phẩm.

Chiến lược bán hàng

Muốn thực hiện một cuộc mua bán thành công trước hết, bạn cần phải tìm ra phương pháp truyền tải suy nghĩ của bạn đến với khách hàng, vì chỉ khi đã chấp nhận lập luận của bạn, họ mới chịu lắng nghe bạn tư vấn. Tuy nhiên, rất nhiều người bán hàng bỏ qua bước quan trọng này, mục đích duy nhất của họ là làm sao kiếm được càng nhiều tiền từ khách hàng càng tốt. Bạn đừng quên khách hàng là những người rất tỉnh táo, họ không dễ dàng bị dụ dỗ và tin tưởng vào những người bán hàng thiếu chuyên nghiệp.

Ở đây, bạn có thể tận dụng sự khác biệt về giá cả để phân tích một số yếu tố cấu thành nên mức giá, hình thành cho khách hàng một tư duy đúng đắn trong cách đánh giá sản phẩm, sau đó nhanh chóng thuyết phục họ thử đồ. Bởi hạn chế thực sự của sản phẩm là giá thành, bạn nên chuyển hướng tập trung của khách càng nhanh càng tốt.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Đúng là bộ này ở chỗ chúng em có đắt hơn bên kia một chút, nhưng thực ra cũng có nhiều nguyên nhân ảnh hưởng đến giá cả của một bộ đồ như thiết kế, công nghệ may, chế độ hậu mãi v.v... Cũng giống như cùng nguyên liệu nhưng vào tay hai người đầu bếp thì sẽ thành hai món ăn khác nhau đó chị ạ. Vì vậy, dù cùng một chất liệu vải nhưng ưu điểm của bên em là... (nhấn mạnh ưu thế khác biệt của bên mình)

NVBH: Đúng là bên đó cũng có mẫu chất liệu giống bên em nhưng thiết kế thì khác nhau chị ạ. Thực ra để đánh giá một bộ đồ thiết kế có tốt hay không, thì phải mặc lên mới thấy được sự khác biệt. Chị cứ thử trước xem thế nào nhé!

Tình huống 51

Cửa hàng đối diện kiểu dáng mẫu mã cũng giống y như ở đây nhưng giá thấp hơn nhiều.

Ứng đối sai

1. Chị đừng nhìn vào mỗi giá cả như vậy, còn phải xem chất liệu và gia công nữa chứ ạ.

2. Họ không cùng đẳng cấp với bên em chị ạ.

3. Bên em là hàng có thương hiệu, quần áo bên em rất đảm bảo.

4. Bây giờ có nhiều chỗ nhái lại hàng bên em lắm.

Phân tích vấn đề

"Chị đừng nhìn vào mỗi giá cả như vậy, còn phải xem chất liệu và gia công nữa chứ ạ" mang ngữ khí thuyết giáo và hạ thấp khách hàng nên sẽ khiến họ cảm thấy khó chịu.

"Họ không cùng đẳng cấp với bên em chị ạ" hay "Bên em là hàng có thương hiệu, quần áo bên em rất đảm bảo" lại quá trừu tượng và đơn giản nên không mang lại hiệu quả thuyết phục. Ngôn ngữ sử dụng phiến diện, mang tính công kích và xem thường đối thủ.

"Bây giờ có nhiều chỗ nhái lại hàng bên em lắm", cách nói này sẽ khiến khách hàng nghĩ quần áo của bạn chỗ nào cũng có, không cần phải mua tại cửa hàng của bạn làm gì.

Chiến lược bán hàng

Khách hàng bao giờ cũng thích mua được món hàng tốt nhất với giá hời nên thông thường họ sẽ trả giá khoảng 3 lần. Đầu tiên họ than "đắt quá" mà không có lý do cụ thể, sau đó mang đối thủ cạnh tranh ra để ép giá, họ sẽ không ngớt tán dương đối thủ nhưng thực sự họ chưa muốn rời khỏi cửa hàng của bạn, và cuối cùng là "vạch lá tìm sâu", họ sẽ chê bai màu sắc, kiểu dáng, đường kim mũi chỉ của bộ quần áo nhưng vẫn tỏ ra ưng bộ đồ đó.

Khi khách hàng đề cập đến đối thủ cạnh tranh của bạn cũng chính là cơ hội quan trọng để bạn thể hiện sự chuyên nghiệp để lấy được niềm tin của họ. Hãy chú ý hai điểm sau:

Thứ nhất, tuyệt đối không được hạ bệ đối thủ. Hãy nhớ rằng hạ bệ đối thủ cũng chính là hạ thấp hình ảnh của chính mình trong mắt

khách hàng.

Thứ hai, khi giải quyết những vấn đề của khách hàng, bạn phải thể hiện cho họ thấy được bạn là người có tố chất, hãy nói năng từ

tốn nhẹ nhàng, nhã nhặn. Trong cả quá trình bạn cần tỏ ra tự tin nhưng không được tự cao, vì hình ảnh và cách ứng xử chuyên nghiệp của một người bán hàng luôn quan trọng và ý nghĩa hơn việc xử lý vấn đề đó.

Trong trường hợp này, trước hết hãy cảm ơn khách hàng đã nói ra suy nghĩ của họ để chiếm được thiện cảm của họ, đồng thời giới thiệu ngắn gọn về điểm khác biệt giữa sản phẩm của mình với hàng nhái, sau đó lập tức khuyến khích khách thử đồ để họ tự cảm nhận, có như vậy mới chuyển hướng thành công sự tập trung của khách hàng.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Cảm ơn chị đã nhắc nhở, đúng là bây giờ đang có công ty nhái lại hàng của công ty em. Nhưng nếu để ý kỹ một chút thì chị vẫn có thể tự phân biệt được, ví dụ như… (hoa văn, màu sắc, gia công, chất liệu và độ thoải mái v.v...). Chị cứ mặc thử sẽ thấy ngay sự khác biệt, em mời chị qua đây.

NVBH: Lần trước cũng có khách hàng thắc mắc y như anh vậy nhưng cuối cùng anh ấy vẫn chọn mua ở cửa hàng em, vì… (nêu ra những điểm khác biệt). Thực ra có rất nhiều điểm khác nhau, mặc lên cũng có cảm giác khác đó ạ. Em nói chắc anh chưa tin, mặc thử lên thì anh sẽ biết ngay, em mời anh qua đây thử nhé.

NVBH: Vấn đề này em cũng đã biết nhưng vẫn rất cảm ơn chị đã nhắc nhở. Thực ra ngoài thiết kế, gia công thì chất liệu và danh tiếng thương hiệu cũng tác động rất nhiều đến giá thành sản phẩm, quan trọng nhất là tác động đến chất lượng và độ thoải mái mang lại cho người mặc. Một bộ quần áo nếu mặc không thoải mái, dễ chịu thì dù giá có rẻ đến mấy mà mua về chỉ mặc vài lần rồi bỏ đấy có khi còn đắt hơn ấy chứ, chị thấy em nói có đúng không ạ?

Tình huống 52

Kiểu dáng và gia công tôi đều rất ưng ý, chỉ có điều giá hơi đắt.

Ứng đối sai

1. Xin chị đấy, thế này mà vẫn bảo cao à?

2. Vậy bao nhiêu thì chị mua được vậy?

3. Nếu chị chê quần áo chỗ em đắt thì đi khắp Việt Nam này cũng

không có đồ rẻ hơn đâu.

Phân tích vấn đề

“Xin chị đấy, thế này mà vẫn bảo cao à?” ám chỉ khách hàng nếu chê đắt thì đừng mua, thái độ coi thường khách hàng rõ rệt.

“Vậy bao nhiêu thì chị mua được vậy?” câu hỏi này dễ khiến người mua nảy sinh tâm lý hoài nghi vào chất lượng sản phẩm và chủ động khơi mào cho một cuộc mặc cả quyết liệt. Điều này cũng chứng tỏ yếu tố giá cả áp đảo yếu tố chất lượng và quyết định đến kết quả giao dịch.

“Nếu chị chê quần áo chỗ em đắt thì đi khắp Việt Nam này cũng không có đồ rẻ hơn đâu”, bạn quá khoa trương và tự cao, như vậy chỉ gây khó chịu cho người mua.

Chiến lược bán hàng

Người bán hàng thực chất không đơn thuần bán quần áo mà còn bán bản thân và suy nghĩ của mình, như vậy công việc mới trở nên thuận lợi và thú vị hơn. Vì thế trước hết hãy học cách để quảng bá thương hiệu, khiến khách hàng tin tưởng bạn và như một lẽ tự nhiên, họ sẽ đồng ý mua đồ của bạn.

Quần áo không quan trọng giá cả mà quan trọng là nó có hợp với người mặc hay không. Vì thế trong tình huống này, bạn hãy nhấn mạnh vào những ưu điểm của bộ đồ đồng thời giải thích cho khách hàng biết việc trả quá nhiều tiền cho một bộ quần áo là thiếu sáng suốt, nhưng việc chi quá ít lại tiềm tàng nhiều nguy cơ lớn hơn.

Lúc này nhân viên bán hàng có thể dẫn dắt khách hàng và tìm hiểu suy nghĩ của họ bằng cách đặt các câu hỏi, nếu thấy khách có biểu hiện ngầm đồng ý thì lập tức sử dụng “phép giả định hoàn thành giao dịch” để đề nghị họ mua hàng. “Phép định thiết hoàn thành giao dịch” là giả sử khách đã quyết định mua và bạn tìm hiểu thêm một số chi tiết hoặc giúp họ đưa ra quyết định mua. Trước khi sử dụng chiêu thức này, bạn hãy hỏi họ một hoặc hai câu hỏi để chắc chắn khách có quyết định mua hay không thì hiệu quả sẽ tăng lên gấp bội.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Thực ra nếu chỉ nhìn vào giá thì cũng có thể nghĩ bộ đồ này hơi đắt, nhưng đồ của em sở dĩ giá cao là vì thiết kế luôn mới

và hợp thời trang, chất liệu lại tốt được khách hàng rất ưa chuộng và mặc thường xuyên. Nếu chị mua những bộ mà chỉ mặc vài lần rồi cất đi thì chẳng phải không kinh tế sao?

NVBH: (khách hàng ngầm đồng ý, lập tức sử dụng "phép giả định hoàn thành giao dịch") Vậy chị đợi một lát để em làm hóa đơn thanh toán nhé!

NVBH: Sở dĩ giá bên em có hơi cao một chút vì chất lượng hoàn toàn đảm bảo, mua đồ ở đây chị không phải lo quần áo bị mất dáng, còn hơn là mua đồ rẻ tiền mặc vài lần là hỏng, như thế còn lãng phí hơn ấy chứ, chị thấy có đúng không ạ?

NVBH: (khách hàng ngầm đồng ý thì lập tức sử dụng "phép giả định hoàn thành giao dịch") Vậy chị đợi em một chút để em gói lại cho chị nhé!

Tình huống 53

Khách hàng thấy quần áo quá đắt và nói rằng không nhất thiết phải mua đồ tốt như vậy.

Ứng đối sai

1. Thực ra bộ này cũng chưa phải tốt đâu, còn bộ tốt hơn nữa cơ ạ.

2. Bộ này so với cửa hàng chúng tôi chỉ thuộc loại bình thường thôi.

3. Vậy chị qua bên kia xem ạ, bên đó là hàng đang giảm giá đấy.

Phân tích vấn đề

Những câu ứng xử trên đều mang hàm ý chê bai khách thiếu hiểu biết và không có tiền, sẽ khiến họ vô cùng khó chịu khi nghĩ rằng mình đang bị coi thường. Người bán hàng nên ghi nhớ, không bao giờ được để khách hàng của mình bị mất mặt, vì một khi khách hàng cảm thấy không được tôn trọng, quá trình mua bán sẽ trở nên khó khăn, thậm chí dẫn đến việc tranh cãi.

Chiến lược bán hàng

Thực ra yêu cầu của khách hàng không quá khắt khe, họ chỉ muốn được tôn trọng, đây cũng chính là yêu cầu cơ bản nhất của một người mua hàng. Với tư cách là một nhân viên bán hàng, bạn hãy học cách nói chuyện khéo léo và dễ chịu, để khách hàng cảm nhận

được sự tôn trọng và có cảm tình với bạn.

Trong trường hợp này, người bán có thể thuận theo ý kiến của khách hàng để giới thiệu, nhấn mạnh ưu điểm và lợi ích của bộ đồ. Nếu thực sự khách hàng chưa có dự tính để mua bộ đồ đó bạn hãy nhanh chóng chuyển hướng giới thiệu một bộ khác hợp với khả năng và nhu cầu của họ hơn, không nhất thiết phải nài ép, tuy nhiên ngôn ngữ nhất định phải thật khéo léo.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Chị thật có mắt chọn đồ, bộ này kiểu dáng và chất lượng đều rất tốt, cửa hàng em đang bán rất chạy. Mặc dù giá có cao một chút nhưng bên em đang có chương trình dành cho khách hàng nhân dịp khai trương nên giá đã rất ưu đãi, chị mà mua thì đáng đồng tiền lắm, chị xem này… (bổ sung những ưu điểm của bộ đồ)

NVBH: Không sao ạ, ngoài bộ này ra cửa hàng còn rất nhiều kiểu tương tự cũng rất hợp với chị, mà giá lại khá ưu đãi. Mời chị qua đây để em lấy cho chị thử nhé! (chuyển hướng giới thiệu một cách linh hoạt)

Tình huống 54

Tháng nào tôi cũng đến cửa hàng các anh, cũng coi như khách quen rồi, có thể bớt thêm chút nữa không.

Ứng đối sai

1. Xin lỗi chị, chỗ chúng tôi khách mới hay cũ cũng đều một giá như vậy ạ.

2. Không có cách nào đâu ạ, khách quen cũng giá đấy thôi.

3. Nếu đã là khách quen, chắc chị cũng đã biết quy định của chúng tôi rồi chứ.

4. Đều là giá do công ty quy định, nếu giảm được thì tôi đã giảm cho chị rồi.

Phân tích vấn đề

“Xin lỗi chị, chỗ chúng tôi khách mới hay cũ cũng đều một giá như vậy ạ” hay “Không có cách nào đâu ạ, khách quen cũng giá đấy thôi”, hai câu nói này như đâm thẳng vào tim khách hàng, ý ám chỉ khách hàng quen cũng không thể yêu cầu những điều như

vậy.

“Nếu đã là khách quen chắc chị cũng đã biết quy định của chúng tôi rồi chứ” ám chỉ: Nếu đã là khách quen thì phải biết ở đây không mặc cả, vì đây đã là quy định của chúng tôi rồi.

“Đều là giá do công ty quy định, nếu giảm được thì tôi đã giảm cho chị rồi”, nói thế này sẽ khiến khách hàng bị cụt hứng, họ không nhận được sự quan tâm và coi trọng từ người bán nên có thể sẽ không mua hàng của bạn nữa.

Chiến lược bán hàng

Kinh doanh ở các cửa hàng thời trang là công việc kinh doanh cho tương lai, doanh số ngày hôm nay không phải là mục tiêu cuối cùng, cái đích cuối cùng của chúng ta vừa bán được cả quần áo vừa giành được sự tín nhiệm của khách hàng, biến họ thành những khách hàng trung thành và hình thành nhóm khách hàng thân thiết, tận dụng vai trò marketing truyền miệng của họ để thu hút thêm nhiều khách hàng mới. Vì vậy khách hàng quen chính là những người giúp ta trong việc tiêu thụ sản phẩm, tuyên truyền hình ảnh hay cạnh tranh thị trường v.v… Hãy tận dụng hết mức nguồn tài nguyên quý giá này, bởi lẽ tỷ lệ khách hàng thân thiết trong một cửa hàng có thể chứng minh được năng lực cạnh tranh trên thị trường của cửa hàng đó.

Khi khách hàng đưa ra những yêu cầu như vậy, trước hết bạn hãy cảm ơn sự ủng hộ của họ dành cho cửa hàng, sau đó nhấn mạnh vào những ưu điểm của sản phẩm như chất lượng tốt, giá cả cạnh tranh và thuyết phục họ thông cảm. Bạn cũng có thể đưa ra một số những chính sách về dịch vụ mà công ty dành cho khách hàng thân thiết để bù đắp cho họ.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Em cũng rất cảm ơn chị vì đã hay ghé qua cửa hàng để ủng hộ sản phẩm của chúng em. Nhưng em rất tiếc vì không thể giảm giá cho chị được, đây là giá thống nhất đã được công ty quy định. Nhưng hiện tại bên em cũng đang có chương trình tích điểm dành cho khách hàng thân thiết, khi điểm của chị đạt đến mức quy định sẽ được hưởng những ưu đãi riêng. Chị đã có thẻ chưa ạ… (chuyển hướng sang thẻ tích điểm của khách)

NVBH: Cảm ơn chị đã luôn ủng hộ cửa hàng chúng em, là khách quen nên chắc chị cũng biết bên em giá cả rất cạnh tranh mà chất liệu vải tốt, gia công cẩn thận, dịch vụ chu đáo, đây cũng là lý do

khiến nhiều khách hàng quen như chị ưa chuộng sản phẩm của công ty em. Chúng em cũng rất mong được phục vụ những khách hàng quen tốt hơn nữa, có như vậy khách hàng mới hài lòng, chị thấy phải không ạ?

NVBH: (nếu thấy khách hàng có những biểu hiện chấp nhận như gật đầu thì lập tức đề nghị mua hàng) Đây là hàng mẫu, để em lấy cho chị chiếc khác mới hơn nhé, xin chị đợi một chút.

Tình huống 55

Sao quần áo của các anh lại đắt hơn chỗ khác nhiều như vậy?

Ứng đối sai

1. Vì chất lượng không giống nhau ạ.

2. Tiền nào của nấy mà.

3. Vì chúng tôi là hàng có thương hiệu.

4. Chị muốn loại hàng rẻ chúng tôi cũng có.

Phân tích vấn đề

"Vì chất lượng không giống nhau ạ" và "Tiền nào của nấy" là hai câu biểu đạt trực tiếp, không có tính thuyết phục.

"Vì chúng tôi là hàng có thương hiệu mà" lại quá mơ hồ và có ý hạ thấp hàng của các đối thủ cạnh tranh.

"Chị muốn loại hàng rẻ chúng tôi cũng có" mang hàm ý giả định khách chỉ có tiền để mua đồ rẻ, thái độ coi thường họ như thế sẽ khiến khách bực mình.

Chiến lược bán hàng

Lấy nhu thắng cương, lấy nhỏ thắng lớn, không đánh mà thắng, đây mới là thượng sách. Khi xử lý những vấn đề người mua nêu ra, người bán cũng có thể vận dụng những chiêu thức này một cách khéo léo. Đối với câu hỏi hóc búa như trên, bạn có thể hỏi lại khách hàng để lắng nghe những suy nghĩ thật của họ, sau đó tìm hướng xử lý thích hợp. Ngoài việc giới thiệu các chính sách giá cả, phản ứng của các khách hàng khác về vấn đề này, hay những yếu tố cần chú ý khi mua đồ v.v... thì bạn cần có những giải thích xác đáng, từ đó hóa giải lo lắng của khách hàng.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Câu hỏi của chị cũng rất hay, đúng là giá ở cửa hàng em có cao hơn các chỗ khác một chút. Thực ra đối với một thương hiệu thì cũng không thể tùy tiện quyết định được mức giá của sản phẩm, nó còn phụ thuộc vào nhiều yếu tố khác như chất lượng sản phẩm, công nghệ gia công, dịch vụ hậu mãi v.v..., ưu điểm của quần áo bên em là...

NVBH: Hồi trước cũng có khách hàng thắc mắc y như chị, nhưng sau này, không những trở thành khách quen của chúng em mà còn giới thiệu cho cửa hàng rất nhiều khách mới nữa. Như chị X (mở sổ tìm để chứng minh) ngày 1/5 năm ngoái đã giới thiệu cho em nhiều khách mới, vì chị ấy biết hàng của chúng em gia công cẩn thận, chất lượng và dịch vụ đều đảm bảo, quan trọng nhất là giá cả hợp lý, không phải lo lắng về vấn đề giá dao động.

Tình huống 56

Một năm tôi mua ở đây cũng khá nhiều tiền, sao cũng giống như khách hàng mới chẳng được ưu đãi gì vậy?

Ứng đối sai

1. Thế em tặng chị thêm một tặng phẩm nữa vậy.

2. Lô hàng giảm giá này đều chiết khấu cho các khách hàng như nhau chị ạ.

3. Đúng thế ạ, vì thế nhiều khi bọn em cũng khó làm lắm.

4. Xin lỗi chị, khách mới hay cũ cũng đều một mức giá thôi ạ.

Phân tích vấn đề

"Thế em tặng chị thêm một tặng phẩm nữa vậy" chỉ giải quyết bề nổi mà không giải quyết được cốt lõi của vấn đề, không hóa giải được thắc mắc trực tiếp của khách hàng đồng thời còn ảnh hưởng đến chi phí vận hành của công ty.

"Lô hàng giảm giá này đều chiết khấu cho các khách hàng như nhau chị ạ" sẽ khiến khách bị tổn thương.

"Đúng thế ạ, vì thế nhiều khi bọn em cũng khó làm lắm", nếu không đồng tình với quy định của công ty thì hãy trực tiếp phản ánh điều đó với cấp trên, không bao giờ được nói xấu công ty

trước mặt khách hàng để biểu thị sự bất khả kháng của mình nhằm tranh thủ sự đồng tình của khách.

"Xin lỗi chị, khách mới hay cũ cũng đều một mức giá thôi ạ", sự vô tâm của bạn sẽ làm khách có đôi chút thất vọng.

Chiến lược bán hàng

Quần áo thuộc vào loại hàng hóa mua vì cảm tính, khách hàng khi mua thường dựa vào cảm xúc để quyết định, đặc biệt là khách hàng nữ. Cảm xúc tốt khiến họ dễ dàng nảy sinh tâm lý muốn sở hữu từ đó đưa ra quyết định mua nhanh chóng, cảm xúc không tốt thì dù bạn có nói hay đến mấy cũng không thể khiến họ chi tiền thậm chí có người còn bỏ đi ngay lập tức.

Vậy phải làm sao để khách hàng cảm thấy dễ chịu? Đòi hỏi bức thiết nhất ở một người bán hàng chuyên nghiệp là phải nắm chắc các kỹ năng sử ngôn ngữ, bạn phải nói thật nhẹ nhàng mới khiến khách hàng thấy mình được tôn trọng và là người quan trọng nhất, từ đó họ sẽ tự động hợp tác với bạn thì vấn đề mới được giải quyết dễ dàng. Khách hàng là người lịch sự, nếu họ không nói theo cách lịch sự nữa thì nhất định là do chúng ta xử lý công việc chưa tốt.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Lần nào đến đây anh cũng mua ủng hộ cho cửa hàng bao nhiêu là đồ, chúng em cảm ơn anh còn chưa hết nữa là. Thực ra trên thẻ VIP cũng đã phân định rõ khách mới và khách quen rồi đó anh, chỉ là bây giờ đang chuyển mùa chúng em thực hiện chương trình để thanh lý quần áo nên mới thống nhất giá chiết khấu chung cho mọi đối tượng khách hàng thôi. Anh yên tâm, chúng em vẫn có những dịch vụ ưu đãi dành riêng cho khách VIP mà. Thế hôm nay anh muốn xem đồ gì ạ… (sau khi giải thích xong lập tức chuyển qua giới thiệu trang phục)

NVBH: Chân thành xin lỗi anh vì cửa hàng đã chưa quan tâm đúng mức đến vấn đề này. Em nhất định sẽ phản ánh với cấp trên để phân định rạch ròi giữa khách hàng mới và quen. Cảm ơn anh đã nói cho em biết, hy vọng sau này anh sẽ vẫn luôn quan tâm và đưa ra những góp ý quý giá như thế này cho cửa hàng. Thế hôm nay anh muốn xem… (sau khi giải thích xong lập tức chuyển sang giới thiệu trang phục)

NVBH: Có thể công ty em có chính sách định giá không giống như các chỗ khác, công ty hi vọng mọi đối tượng khách hàng đều được

hưởng mức giá ưu đãi tối đa, mua được những bộ quần áo đáng đồng tiền, nên giá thành hầu như đều được chiết khấu trên giá bán niêm yết. Nhưng ý kiến của anh cũng rất hay, em nhất định sẽ phản ánh lên ban lãnh đạo công ty để có phương án chính sách dành cho khách hàng thân thiết, khi nào có em sẽ lập tức thông báo cho anh ạ! Vậy hôm nay anh có muốn xem… (lập tức chuyển qua giới thiệu trang phục)

Tình huống 57

Tôi quen với quản lý của anh đấy, nếu anh không chịu giảm giá thì để tôi gọi cho ông ấy.

Ứng đối sai

1. Cái này không được đâu ạ, em không có cách nào cả.

2. Em không quyết định được, anh gọi cho quản lý của em đi.

3. Quản lý của em mua cho bạn cũng phải trả theo giá này thôi.

Phân tích vấn đề

“Cái này không được đâu ạ, em không có cách nào khác” hay “Em không quyết định được, anh gọi cho quản lý em đi”, bạn không những mang lại phiền phức cho quản lý mà còn làm giảm đáng kể sự nhiệt tình mua của khách hàng.

“Quản lý của em mua cho bạn cũng phải trả theo giá này thôi” sẽ khiến cho khách thấy mình thật vô duyên và bị mất mặt.

Chiến lược bán hàng

Bất kể khi nào đối diện với tình huống này, nhân viên bán hàng cũng cần giữ thể diện cho khách, khiến họ cảm thấy được tôn trọng, có như vậy mới thỏa mãn được tâm lý ham hư vinh thường thấy của khách mua hàng. Tất nhiên điều này cũng không có nghĩa bạn phải đáp ứng những yêu cầu vượt ra ngoài nguyên tắc cho phép mà khách hàng đưa ra, khi đó bạn cũng phải từ chối cho khéo và dễ nghe nhất có thể. Trong trường hợp này, bạn phải vừa không được mang thêm phiền phức cho quản lý vừa phải dành một chỗ để khách hàng có đường lui.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Nếu đã là bạn của quản lý thì anh yên tâm, chúng em sẽ

bán cho anh với giá ưu đãi nhất, điều này quản lý của em đã dặn rất kỹ rồi.

NVBH: Ôi thế thì anh làm khó cho em quá, nếu anh gọi điện thì cấp trên sẽ nghĩ em phục vụ anh chưa được chu đáo. Thực ra quản lý của em có rất nhiều bạn vì vậy đã dặn chúng em phải bán với giá ưu đãi như thế này, tuyệt đối không được áp giá như bán cho khách thường. Lát nữa phiền anh ký cho em vào danh sách này nhé (an ủi về mặt tâm lý cho khách hàng và cũng ngầm ám chỉ việc gọi cho quản lý cũng không thay đổi được gì)

NVBH: Thực ra quản lý của em cũng rất quan tâm đến vấn đề này, vì quản lý sợ nhiều khi bận quá không tiếp được bạn nên đã dặn chúng em rất kỹ, chỉ cần ai là bạn của quản lý đều được hưởng mức giá ưu đãi nhất. Giá mà em vừa báo cho anh là giá chỉ áp dụng cho bạn của quản lý thôi đấy ạ.

Tình huống 58

Khách hàng thử đồ rất ưng ý nhưng vừa nhìn thấy giá là không mua nữa.

Ứng đối sai

1. Chị mặc lên đúng là rất đẹp.

2. Hay là chị mua cả 2 bộ, em sẽ chiết khấu cho chị.

3. Cảm ơn chị đã đến, chị đi cẩn thận ạ! (thái độ ngán ngẩm lạnh nhạt)

4. … (không nói gì chỉ lẳng lặng thu lại đồ)

Phân tích vấn đề

“Chị mặc lên đúng là rất đẹp”, câu này không nhấn mạnh đến điểm quan tâm chính của khách hàng nên không có tính thuyết phục.

“Hay là chị mua cả 2 bộ, em sẽ chiết khấu cho chị”, bạn đang tự chuốc thêm rắc rối cho mình về vấn đề giá cả.

“Cảm ơn chị đã đến, chị đi cẩn thận ạ”, bạn bỏ cuộc mà không chủ động đưa ra bất cứ một nỗ lực bán hàng nào, hơn nữa khẩu khí của câu này lại gây cảm giác rất khó chịu.

Không nói gì chỉ lẳng lặng thu lại đồ, bỏ qua mọi nỗ lực cố gắng,

điều này chứng minh rằng bạn quá bị động. Bạn không làm được những việc mà một nhân viên nên làm để nâng cao doanh số cho cửa hàng.

Chiến lược bán hàng

Nhân viên bán hàng cần phải có trách nhiệm trong công việc, bạn hãy nỗ lực thực hiện những việc nên làm và những việc khách hàng mong muốn bạn làm cho họ để nâng cao doanh thu cho cửa hàng. Mặc dù khách hàng đã rất hài lòng với kiểu dáng và phong cách của bộ đồ nhưng có thể giá tiền của nó vượt quá khả năng dự định chi trả của họ, lúc này bạn hãy chân thành hỏi họ về nguyên nhân thực sự khiến họ bỏ đi, hoặc có thể chuyển hướng tư vấn cho khách một bộ đồ khác có kiểu dáng và phong cách tương tự nhưng giá thành rẻ hơn.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Chị khoan đi ạ, em thấy chị mặc bộ này rất đẹp mà, hay em phục vụ có điều gì chưa chu đáo khiến chị không hài lòng phải không? Em rất mong chị nói để em biết còn khắc phục ạ. (đây là cơ hội cuối cùng của bạn, nếu khách hàng nói ra nguyên nhân hãy nhanh chóng tìm cách xử lý thích hợp)

NVBH: Em thấy chị mặc phong cách này cũng hợp lắm, thực ra ở đây em cũng còn mấy bộ kiểu dáng và phong cách tương tự như bộ này nhưng giá ưu đãi hơn một chút, để em lấy cho chị xem nhé. Chị mua hay không không quan trọng, chị đã mất công đi lại rồi thì để em giới thiệu cho chị nhé. Em mời chị qua đây ạ... (tìm một bộ tương tự về kiểu dáng phong cách để tiếp tục tư vấn)

Chương V.

Xử lý các vấn đề thường gặp ở phương diện ưu đãi, chiết khấu

Tình huống 59

Tôi cứ thử trước đã, vì cũng hay đến đây nên để khi nào cửa hàng giảm giá thì tôi mua.

Ứng đối sai

1. Em cũng chưa biết khi nào có đợt giảm giá nữa.

2. Bây giờ thực ra cũng đang chiết khấu đấy chứ ạ.

3. Không dễ gì chọn được bộ mặc đẹp, sao lại phải đợi ạ?

4. Khi giảm giá thì thường là hết size, chỉ sợ chị mặc không vừa thôi.

Phân tích vấn đề

“Em cũng chưa biết khi nào có đợt giảm giá nữa” tương đương với việc bạn khẳng định chắc chắn với khách hàng sẽ giảm giá nhưng thời gian cụ thể thì chưa có. Nếu muốn mua được rẻ hơn một chút thì đợi lần sau quay lại.

“Bây giờ thực ra cũng đang chiết khấu đấy chứ ạ” sẽ dễ dàng cuốn bạn vào cuộc chiến mặc cả của khách hàng.

“Không dễ gì chọn được bộ mặc đẹp, sao lại phải đợi ạ” và “Khi giảm giá thì thường là hết size, chỉ sợ chị mặc không vừa thôi”, hai câu này nêu lên được điểm bất lợi của việc chờ đợi nhưng lại không lôi kéo được khách hàng mua đồ ngay hôm nay, không có

tác dụng dẫn dụ để khách đưa ra quyết định chi tiền và cũng không nên sử dụng câu chất vấn trong trường hợp này.

Chiến lược bán hàng

Trong những giai đoạn chuyển mùa, chúng ta thường thấy khách hàng có xu hướng chờ đợi những đợt giảm giá hoặc ra sức mặc cả để có được món đồ ưng ý với giá rẻ. Lúc này nhân viên bán hàng nên phân tích để khách hàng thấy được những hạn chế của việc chờ đợi như quần áo hết size, thời gian mặc không được dài… dẫn đến chi phí mua bộ đồ đó còn cao hơn nếu mua ngay lúc này. Bạn hãy thẳng thắn nói ra những điều này và chỉ ra mọi lợi ích khi mua ngay hôm nay. Nếu người mua vẫn muốn đợi đến khi hàng đã giảm giá mới mua thì cũng không nên quá nài ép, hãy thể hiện sự đồng tình với họ và lưu lại số điện thoại để thông báo cho họ khi có đợt giảm giá.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Không sao ạ, chị cứ thử trước đi. Thực ra giá bây giờ cũng là đang có chiết khấu rồi đấy, chỉ không hạ bằng cuối vụ thôi, bây giờ chị mua thì kiểu dáng, màu sắc và size vẫn đầy đủ. Em chỉ lo đến cuối vụ bộ chị thích không còn thì tiếc lắm, chị thấy có phải không ạ?

NVBH: Đúng là cuối vụ hàng sẽ hạ giá nhưng cũng có mấy nhược điểm như: chị mua về mặc không được mấy lần thì hết mùa lại phải cất đi, để sang năm sau mặc thì lại bị lỗi mốt vì mỗi năm đều có một trào lưu khác nhau, điều thường gặp nhất là hay hết size, như vậy thì tiếc lắm. Chị thấy em nói có đúng không ạ? Nếu bây giờ chị mua thì cửa hàng có… (tặng phẩm, ưu đãi, thẻ VIP) sẽ kinh tế hơn rất nhiều.

NVBH: Em hiểu nếu đợi đến khi hạ giá mới mua thì có vẻ tiết kiệm thật nhưng lúc đó là cuối vụ rồi mình cũng chả mặc được mấy bữa lại phải cất tủ. Bây giờ chị mua thì không những sẽ được hưởng ưu đãi chiết khấu dành cho khách hàng VIP mà còn có thể mặc cả mùa sẽ càng kinh tế hơn phải không chị?

NVBH: Chị đúng là người mua hàng thông minh, rất biết chọn thời điểm để mua đồ. Cũng không lạ vì bây giờ kiếm tiền vất vả, mua một bộ đồ cũng khá đắt rồi. Không sao ạ, bây giờ chị cho em số điện thoại để em lưu lại khi nào có chương trình hạ giá em sẽ gọi điện cho chị. Nhưng em vẫn khuyên chị nếu bây giờ đã thích bộ nào thì nên mua luôn, vì đến lúc hạ giá lại hết mất size vừa với

chị, chị ạ.

Tình huống 60

Tôi không cần tích điểm hay quà tặng, anh cứ cộng rồi trừ vào giá tiền là được.

Ứng đối sai

1. Xin lỗi chị, em không được quyền làm như vậy ạ.

2. Chị biết tính toán quá đấy!

3. Hồi trước còn không có tặng phẩm, làm theo chị thì chúng em lỗ vốn mất.

4. Không được đâu! Quà tặng là để tặng cho khách chứ không tính thành tiền được.

Phân tích vấn đề

"Xin lỗi chị, em không được quyền làm như vậy ạ", đây là một kiểu nói thoái thác trách nhiệm, cũng giống như bảo khách hàng rằng "có thể, nhưng phải hỏi ý kiến quản lý đã", như vậy không những làm cho vấn đề thêm phức tạp mà còn gây phiền hà cho quản lý của bạn.

"Chị biết tính toán quá đấy" hay "Hồi trước còn không có tặng phẩm, làm theo chị thì chúng em lỗ vốn mất", hai câu nói này sẽ khiến khách hàng có cảm giác mình bị cho là người tham lam và không biết điều. Hơn nữa, lối nói này không thể hiện thái độ lịch sự cần có của nhân viên đối với khách hàng.

"Không được đâu! Quà tặng là để tặng cho khách chứ không tính thành tiền được", kiểu từ chối trực tiếp như thế này khiến khách hàng cảm thấy bị xúc phạm nặng nề, đồng thời chưa đưa ra được cách giải thích cụ thể nào.

Chiến lược bán hàng

Ta không thể từ chối trực tiếp những yêu cầu khá vô lý của khách hàng, vì như vậy khiến họ thấy phản cảm và khả năng giao dịch mua bán thành công cũng rất thấp, ảnh hưởng đến doanh số của cửa hàng và danh tiếng thương hiệu.

Lúc này việc bạn cần làm nhất là khéo léo từ chối những yêu cầu đó. Một mặt phải giữ được thể diện cho khách, mặt khác đưa họ đi

theo đúng hướng mua bán tới đích hoàn thành giao dịch. Trong trường hợp này, bạn hãy giải thích rõ cho họ quan hệ giữa tặng phẩm và giá thành, đồng thời nhấn mạnh giá trị của tặng phẩm kèm theo, hoặc mối quan hệ giữa bộ quần áo và quà tặng, qua đó làm nổi bật được ưu điểm của bộ đồ.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Xin lỗi chị, quà tặng và điểm tích lũy là sản phẩm công ty tặng thêm cho khách hàng trên cơ sở khách đã hoàn thành một giao dịch thông thường như một sự tri ân. Vậy nên đây đều là những sản phẩm bên em tuyển lựa kỹ lưỡng, rất hữu ích, các khách hàng đều yêu thích. Bình thường chị có thể… (giải thích ưu điểm của quà tặng để thay đổi quan điểm của khách hàng)

NVBH: Xin lỗi anh, em rất hiểu tặng phẩm và điểm tích lũy nếu đổi ra được thành tiền thì sẽ kinh tế hơn chút xíu nhưng đúng là chỉ được dùng để tặng cho khách hàng thôi ạ. Cái cuối cùng mình quan tâm vẫn là bộ quần áo mình mua, ví dụ như bộ comple này… (giới thiệu ưu điểm) thì quà tặng cũng chỉ là bông hoa điểm thêm trên nền bông thôi, chủ yếu vẫn là cả bộ đồ đó có hợp với anh hay không, anh thấy có phải không ạ?

NVBH: Xin lỗi anh, quà tặng là để tặng kèm trên cơ sở giá thành đã có sẵn của sản phẩm thôi ạ, không thể quy đổi thành tiền được, mong anh thông cảm. Nhưng quan trọng nhất là bộ này anh mặc rất đẹp, anh mặc lên… (bổ sung ưu điểm và lợi ích của bộ đồ), ngoài ra quà tặng của cửa hàng cũng rất phong phú và hữu ích nữa, ví dụ như… (bổ sung ưu điểm)

Tình huống 61

Không giảm giá sao? Các hãng nổi tiếng thế giới cũng đều đang giảm giá mà, sao các anh lại không giảm?

Ứng đối sai

1. … (không nói gì)

2. Không có cách nào đâu ạ, đây là do công ty quy định rồi.

3. Chị trông nhiều tiền thế chút ít chiết khấu có nhằm nhò gì đâu.

Phân tích vấn đề

Trong quá trình mua bán, việc bị khách hàng từ chối hay đem so

sánh với các thương hiệu khác là một việc hết sức bình thường. Với những tình huống như vậy bạn hãy tỏ ra thật sự chuyên nghiệp trước mặt người mua, cho họ thấy bạn hết sức tự tin vào sản phẩm, vào thương hiệu của mình. Cơ thể thoải mái, thần thái vui vẻ, ánh mắt kiên định khiến khách hàng phải tin rằng lựa chọn sản phẩm ở đây là sự lựa chọn sáng suốt nhất.

Lẳng lặng không nói gì là một cách khẳng định người mua đã đúng.

"Không có cách nào đâu ạ, đây là do công ty quy định rồi" về cơ bản không phải là một lời giải thích mang tính tích cực nên thiếu sức thuyết phục, được liệt vào dạng thoái thác trách nhiệm.

"Chị trông nhiều tiền thế, chút ít chiết khấu có nhằm nhò gì đâu" sẽ dễ bị người mua phản bác lại, vì cuối cùng kiếm tiền chưa bao giờ là một việc dễ dàng cả. Thêm vào đó, ngôn từ mang ngữ điệu khiếm nhã, không thể hiện được kiến thức cũng như cách ứng xử của một nhân viên bán hàng chuyên nghiệp.

Chiến lược bán hàng

Trên đời không có ai là không thể thuyết phục được. Đối với những câu hỏi khó trả lời kiểu như "Tại sao các anh không giảm giá?" mà khách hàng đưa ra như trên, chỉ cần thay đổi góc độ nhìn nhận vấn đề một chút bạn sẽ phát hiện ra rằng, ta có thể biến những câu hỏi đó thành lý do chính để thuyết phục khách lập tức mua hàng.

Trong tình huống này bạn có thể giải thích cho khách hàng lý do các công ty khác giảm giá mà công ty bạn thì không, nói cho họ biết những lợi ích mang lại từ chính sách không chiết khấu giá của công ty để khách hàng hiểu và đồng tình.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Em rất hiểu suy nghĩ của anh, thực ra việc giảm giá có khá nhiều nguyên nhân, ví dụ như để thanh lý hàng tồn kho, kỷ niệm các ngày lễ lớn hay thanh lý quần áo cuối vụ v.v... các công ty sẽ có những chương trình khuyến mại để kích cầu. Hiện tại công ty em chưa có chính sách như thế và mức giá niêm yết chung đã được thống nhất trên toàn quốc. Bởi công ty mong muốn tất cả khách hàng đều được hưởng một mức giá ổn định tại mọi cửa hàng, người mua sẽ không phải băn khoăn về việc liệu mình có đang bị lừa hay không anh ạ.

NVBH: Thực ra giảm hay không là do chính sách giá của mỗi công ty áp dụng khác nhau. Bên em sở dĩ không giảm vì muốn giữ mức giá ổn định, đảm bảo mọi khách hàng đều mua được sản phẩm với giá thành công khai, tránh trường hợp người mua giá cao người mua giá thấp vẫn thường xảy ra. Vì thế chị hoàn toàn yên tâm khi đến mua hàng tại bất cứ cửa hàng nào của công ty em trên toàn quốc. Vậy hôm nay chị muốn xem kiểu dáng nào ạ?

Tình huống 62

Quần áo của các anh đắt quá, có thể giảm bao nhiêu % đấy? (lúc này khách chưa thử đồ)

Ứng đối sai

1. Muốn giảm giá chắc phải đợi một thời gian đấy ạ.

2. Xin lỗi chị, ở đây không mặc cả ạ.

3. Phân tích vấn đề

"Muốn giảm giá chắc phải đợi một thời gian đấy ạ", câu này ngầm ám thị cho khách hàng một thời gian nữa quay lại mua thì sẽ tiết kiệm được một khoản, nhưng đồng thời không có lợi cho việc xây dựng hình ảnh thương hiệu của công ty, hơn nữa kéo dài thời gian đưa ra quyết định của người mua, ảnh hưởng đến doanh thu chung của cửa hàng.

"Xin lỗi chị, ở đây không mặc cả ạ", rất nhiều nhân viên bán hàng nói câu này hết sức tự nhiên và lưu loát, nhưng nó lại khiến khách hàng thấy bối rối khó xử. Câu này ám chỉ ở đây chúng tôi không hoan nghênh những khách hàng chỉ chăm chăm mặc cả, đừng làm lãng phí thời gian của hai bên nữa.

Chiến lược bán hàng

Nhân viên bán hàng không thể lúc nào cũng đáp ứng được các yêu cầu của khách vì những yêu cầu đó nhiều khi khá vô lý. Hãy học cách nói "không" một cách khéo léo khiến khách hàng tôn trọng và cảm thông với bạn. Bạn nên nhớ không bao giờ để khách hàng cảm thấy bị chặn họng, nếu không họ sẽ tức giận mà bỏ đi ngay lập tức. Trước khi từ chối khách hàng, bạn có thể tỏ ra đồng tình với quan điểm của họ, sau đó sử dụng những từ ngữ như "xin lỗi", "rất tiếc", "chị làm khó cho em rồi" v.v... để biểu thị thái độ, cuối cùng thu hút sự tập trung của họ thông qua việc giới thiệu bộ quần áo, chính sách giá cả hay chế độ ưu đãi để khách hàng chấp

nhận và thông cảm. Cân nhắc đến việc khách chưa thử đồ để chuyển trọng tâm của đề tài sang việc bộ đồ đó có hợp với người mặc hay không, khéo léo đưa sự chú ý từ việc yêu cầu chiết khấu sang việc thử đồ, vì đích đến vẫn là bán được bộ quần áo.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Sở dĩ bộ này đắt vì thiết kế (chất liệu vải, gia công, bảo hành v.v...) tỉ mỉ, cẩn thận, chất lượng lại đảm bảo. Mua một bộ quần áo quan trọng là nó có phù hợp với mình hay không, còn chuyện chiết khấu theo em nghĩ chỉ là chuyện phụ không nên quá chú tâm đến, chị thấy có phải không ạ? Chị mua hay không không quan trọng, chị cứ mặc thử xem có hợp với mình hay không nhé, em mời chị qua đây ạ.

NVBH: Về điểm này thì em phải xin lỗi chị rồi, vì thỉnh thoảng công ty mới có đợt giảm giá thôi còn bình thường thì luôn giữ mức giá ổn định, như vậy bất cứ khi nào khách đến mua cũng được hưởng một mức giá như nhau. Nhưng vì chị là khách hàng thân thiết của cửa hàng nên chúng em sẽ dành cho chị... (chuyển hướng sang ưu đãi dành cho thẻ hội viên VIP). Thế này nhé, bây giờ chị cứ mặc thử đồ trước đi, xem mặc lên sẽ như thế nào, có hợp với chị không nhé, quan trọng nhất vẫn là quần áo mà phải không chị? Mời chị đi theo em nhé!

NVBH: Xin lỗi chị nhưng em cũng khó nghĩ quá. Vì hàng của chúng em ngoại trừ khi hết vụ mới có chiết khấu, chứ bình thường luôn thống nhất một mức giá chung chị ạ. Như vậy khách mới yên tâm vì lúc nào cũng mua được hàng chất lượng với mức giá chuẩn. Hơn nữa bộ này em nhìn qua rất hợp với chị đấy, chị xem... (chuyển sang giới thiệu ưu điểm của bộ đồ). Tất nhiên quần áo có đẹp hay không phải mặc lên mới biết được, để em đưa chị đi thử nhé!

Tình huống 63

Bây giờ đã giảm 40% không biết sau này còn giảm bao nhiêu nữa?

Ứng đối sai

1. Cái này cũng không chắc lắm ạ, bình thường thì không giảm nữa đâu.

2. Em không biết, phải xem chính sách công ty thế nào đã ạ.

3. Chắc không đâu chị, giảm thế này là nhiều rồi.

Phân tích vấn đề

Những người mua quần áo thường mong muốn mua được bộ quần áo ưng ý với mức giá thấp nhất, nhưng khi mua xong lại thấy tiếc vì ngộ nhỡ sau này lại giảm giá nữa, tâm lý đó khiến họ lúc nào cũng cảm thấy không yên tâm vì luôn nghĩ mình bị hớ.

Những câu ứng đối trên sẽ khiến cho người mua bị bối rối vì nhân viên bán hàng không đưa ra được những lý do xác đáng để giải thích cũng như không tạo ra được động lực thúc đẩy quá trình mua bán diễn ra thuận lợi. Thậm chí, khách hàng có thể vì câu nói mập mờ của bạn mà phát sinh tâm lý hoài nghi, và có thể không mua đồ của bạn nữa.

Chiến lược bán hàng

Khách hàng mua đồ đa phần dựa trên cảm xúc, nhưng kiểu cảm xúc này lại tương đối yếu, dễ bị ảnh hưởng bởi tác động bên ngoài. Là người bán hàng, bạn cần học cách chủ động điều khiển cảm xúc đó nhằm kích thích ham muốn mua của khách hàng lên cực điểm. Trong trường hợp này, hãy khẳng định rõ ràng rằng hàng hóa sẽ không giảm giá thêm nữa.

Cụ thể, khi khách hàng đề cập đến việc liệu có khả năng hạ giá thấp hơn nữa hay không thì ngay lập tức tìm cách xóa bỏ suy nghĩ đó ra khỏi đầu họ và thay bằng cảm xúc phải mua bằng được món hàng đó ngay hôm nay. Tuyệt đối không sử dụng những từ ngữ mang tính chất mơ hồ, thiếu tự tin, nếu không khách hàng sẽ bị khó xử mà không đưa ra được quyết định mua ngay, thời gian mua bán kéo dài, không có lợi cho doanh thu của cửa hàng.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Chị yên tâm, công ty em luôn giữ quy tắc nhất quán về chính sách giảm giá, không phải tùy tiện hạ giá sản phẩm đâu chị. Chẳng qua đang vào dịp kỷ niệm thành lập công ty nên mới giảm 40% cho các mặt hàng thôi, kết thúc chương trình khuyến mại thì giá lại như cũ đó chị. Tốt nhất chị nên tranh thủ mua luôn hôm nay đi ạ.

NVBH: Về điều này thì chị yên tâm, công ty em đã có quy định riêng rồi, cũng để bảo vệ cho quyền lợi khách hàng thôi. Nếu hàng của chúng em cứ hạ giá suốt thì sau này ai dám mua đồ của bọn em nữa, cho dù chị có thích đến mấy mua về xong thấy mình bị hớ thì chắc chắn sẽ không quay lại nữa đâu phải không ạ? Vì vậy bọn em cũng không dám đánh đổi tên tuổi của mình đâu, chị cứ

yên tâm nhé!

Tình huống 64

Mua một bộ hay mua ba bộ cũng không giảm giá, vậy tôi không mua nữa.

Ứng đối sai

1. Thế chị tự cân nhắc nhé.

2. Giá này thực tế đã rất rẻ rồi.

3. Chúng em cũng có cái khó mà.

Phân tích vấn đề

"Thế chị tự cân nhắc nhé", nói như thế này có nghĩa bạn đã trao toàn quyền quyết định mua cho khách hàng. Trên thực tế, lúc này người mua đã rất ưng ý với cả ba bộ đồ, một giao dịch thành công đang đến rất gần, nếu nhường họ thêm một bước hoặc tạo một chút động lực thì rất có thể họ sẽ lấy cả ba. Nhưng nếu bạn hoàn toàn không có một động thái nào kéo họ tiến lên, ngược lại còn dùng những từ ngữ lạnh nhạt thì chẳng khác gì bạn đang khiến khách hàng của mình tự bước ra khỏi cửa, đồng nghĩa bạn chủ động từ chối khoản doanh thu đáng lẽ đã có thể kiếm được.

" Giá này thực tế là đã rất rẻ rồi" và "Chúng em cũng có cái khó mà" lại hoàn toàn thiếu sức thuyết phục, mang lại cảm giác như đang cầu xin khách hàng.

Chiến lược bán hàng

"Hàng không bán được là do nói không đúng cách", việc sử dụng ngôn từ phù hợp đóng một phần quan trọng trong việc kinh doanh của một cửa hàng. Biết ứng xử đúng cách có thể làm tăng doanh số của công ty, ngược lại, với thái độ cư xử vụng về, bạn sẽ làm tăng áp lực về hàng tồn kho, vì thế khả năng giao tiếp ứng đối của một nhân viên bán hàng vô cùng quan trọng.

Trong trường hợp này, trước hết bạn hãy tỏ ra đồng tình với khách hàng và khen ngợi những bộ đồ họ đã chọn. Sau đó nếu khách hàng vẫn phàn nàn thì bạn có thể nhượng bộ một chút như xin ý kiến cấp trên hoặc tặng thêm họ một món quà v.v... để hoàn thành giao dịch. Nhất định phải để khách hàng thấy được bạn đã nỗ lực hết mình trong việc tìm cách xử lý giúp họ, đồng thời cũng

không quên sử dụng những từ ngữ chân thành cùng thái độ gần gũi, để cuối cùng cho dù không có chút nhượng bộ nhưng khách hàng vẫn cảm thấy bạn đã cố gắng hết sức.

Nhiều khi điều khách hàng hướng đến không phải phần chiết khấu ít ỏi mà là một lý do thực sự hợp lý khiến họ phải bỏ tiền ra mua!

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Em rất hiểu tâm lý của chị, nếu là chị thì em cũng muốn được chiết khấu vì mua cả ba bộ mà. Nhưng nói đi cũng phải nói lại, để làm ra được một bộ quần áo chất lượng tốt, mẫu mã đẹp hợp với thị hiếu khách hàng cũng không phải dễ dàng. Cái quan trọng nhất vẫn là chị mặc lên sẽ như thế nào... (đưa thêm những lời tán dương)

NVBH: Chị mà không mặc những bộ này thì tiếc lắm! Hay là thế này... (sử dụng quà tặng hay thẻ VIP để giải quyết vấn đề)

NVBH: Nếu là chị, em cũng muốn được giảm giá vì mua cả ba bộ cơ mà, nhưng em cũng mong chị hiểu cho, chị mua hàng ở chỗ em nhiều cũng biết rồi, mỗi bộ ở đây đều được tuyển lựa rất kỹ mà giá thành từ trước đến giờ luôn ổn định. Nhưng chị cũng là khách hàng quen, hay là thế này nhé, bây giờ em tặng thêm cho chị một món quà nhỏ chị thấy có được không ạ?

NVBH: Tiếc quá, cả ba bộ này chị mặc đều rất đẹp, bỏ bộ nào cũng tiếc lắm, hay để em hỏi ý kiến quản lý xem sao, chị đợi em chút xíu...

NVBH: Thật là xin lỗi chị, cửa hàng không thể giảm giá được ạ, nhưng cấp trên muốn tặng thêm cho chị một món quà nhỏ để cảm ơn chị đã ủng hộ cửa hàng em, mong chị nhận cho!

Tình huống 65

Quần áo ở đây bao giờ thì bắt đầu hạ giá vậy?

Ứng đối sai

1. Thường khi nào chuyển mùa chị ạ.

2. Hàng công ty em thường không hạ giá đâu ạ.

3. Cái này em cũng không chắc, phải xem chính sách của công ty

nữa.

4. Chúng em chỉ chiết khấu cho khách VIP thôi ạ.

Phân tích vấn đề

“Thường khi nào chuyển mùa chị ạ”, cách trả lời này sẽ kéo dài thời gian mua hàng, làm giảm doanh thu và có thể đến lúc chuyển mùa không còn size hay hết hàng, như vậy lúc đó khách hàng sẽ thấy tiếc vì đã không mua ngay từ trước.

“Hàng công ty em thường không hạ giá đâu ạ” có ý nghĩa không rõ ràng, khiến khách hàng bối rối khi không nắm được thời gian giảm giá.

“Cái này em cũng không chắc, phải xem chính sách của công ty nữa”, không nên sử dụng câu này vì nó hoàn toàn vô nghĩa, thuộc vào dạng ngôn ngữ tiêu cực.

“Chúng em chỉ chiết khấu cho khách VIP thôi ạ”, câu này lại thiếu tính dẫn dắt, gây bất lợi cho quá trình mua bán. Nó chứng tỏ bạn không có ý thức khơi dậy mong muốn mua đồ hay chủ động khuyến khích họ mua ngay lập tức.

Chiến lược bán hàng

Khách hàng có thể đợi mua cho được món hàng tốt nhất với giá rẻ nhất còn chúng ta thì không. Chờ đợi đồng nghĩa với việc áp lực hàng tồn kho tăng, doanh thu giảm, bỏ lỡ thời cơ mua bán, hàng hóa bị mất giá và nhu cầu của khách hàng không được đáp ứng kịp thời.

Chúng ta nên hiểu quần áo là sản phẩm được mua dựa theo cảm xúc, hành vi mua của khách hàng thuộc vào dạng xung động nhất thời, bạn không được để họ tự quyết định bằng lý trí tỉnh táo. Hãy sử dụng những từ ngữ có tính chất tác động và những lý do hợp lý nhất để kích thích ham muốn và nhiệt tình của khách hàng, khiến họ phải đưa ra quyết định mua ngay lập tức.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Thực ra cũng có nhiều người hỏi nhưng em cũng chưa dám trả lời chắc chắn với chị được ạ. Thông thường thì đến cuối vụ, cửa hàng sẽ hạ giá một số sản phẩm, nhưng cái này cũng không nhất định, vì có thể lúc đó một số kiểu đã bán hết rồi, như bộ chị thích khả năng đến lúc đó cũng không còn đâu ạ. Mà em

thấy bộ này chị mặc lên trông rất đẹp, kiểu dáng rất phù hợp với chị, mặc đi làm hay đi chơi đều được, đợi đến lúc giảm giá lại hết hàng thì tiếc lắm.

NVBH: Em cũng đành phải xin lỗi chị vì em không dám chắc về vấn đề này. Nhưng chờ đến cuối vụ giảm giá thì hầu như một số kiểu bán chạy cũng đã cháy hàng. Như bộ chị vừa chọn đang bán rất chạy, ngày nào cũng bán được khoảng 3, 4 bộ, trong kho cũng không còn nhiều, nếu đã ưng rồi thì mua ngay đi chị ạ, không đến lúc bọn em bán hết thì chị lại phải đợi xem sang năm có kiểu tương tự không thôi.

NVBH: Chị cũng biết cách mua đồ đấy ạ. Đúng là khi hạ giá thì sẽ mua rẻ hơn được chút xíu, nhưng thường khi đó đã là cuối vụ hoặc hàng hết size, nhất là hàng bán chạy. Như bộ chị chọn đường may với chất vải đều rất đẹp, em thấy rất hợp với chị đấy. Mua quần áo đôi khi cũng là cái duyên, chọn được bộ mình ưng ý không dễ mà em thấy rất tiếc nếu chị để đến lúc hạ giá mới mua thì lại hết hàng. Thật lòng em khuyên chị nếu bây giờ đã ưng rồi thì mua luôn, để sau này đỡ hối tiếc.

Tình huống 66

Bộ tôi vừa mua xong bây giờ hạ giá nhiều thế, thật là bực mình, các anh phải đền bù giá chênh lệch cho tôi đi!

Ứng đối sai

1. Đây đều là hàng tồn kho chị ạ.

2. Bây giờ cũng sắp hết mùa rồi.

3. Vì hàng chúng em bán cũng gần hết rồi.

4. Đều là hàng còn tồn lại, size cũng không đầy đủ.

Phân tích vấn đề

Người nhân viên bán hàng không đưa ra được những lý do cụ thể cho việc hạ giá sản phẩm nên sẽ khiến người mua cảm thấy hoài nghi. Những kiểu trả lời máy móc và đơn giản như trên không thể giải quyết được vấn đề.

Chiến lược bán hàng

Trước hết bạn cần đặt mình vào vị trí của khách hàng để thể hiện

sự thông cảm và đồng tình với họ, sau đó giải thích cặn kẽ cho họ hiểu nguyên nhân thực sự của việc hạ giá, quan trọng nhất là tìm ra được cách ổn định tâm lý cho họ.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Em hiểu suy nghĩ của chị, nhưng chắc chị cũng biết chúng em ở đây chưa bao giờ hạ giá tùy tiện cả. Từ hồi chị mua đến giờ cũng đã gần 2 tháng rồi, có thể chị bận quá không để ý, nhưng chị xem đây đều là quần áo cuối vụ, size số cũng không đủ, bây giờ mà mua thì cũng chỉ mặc được mấy lần rồi thôi, bọn em cũng đang chuẩn bị ra hàng mới, lúc nãy em còn đang định gọi điện cho chị nữa kìa.

NVBH: Nếu là chị, em cũng sẽ thấy bất mãn, nhưng chị cũng đừng quá băn khoăn, vì bây giờ gần hết mùa rồi, đây toàn là những kiểu còn sót lại, mặc dù chất lượng và kiểu dáng vẫn đẹp nhưng đa số bị thiếu size nên cửa hàng em mới hạ giá ạ.

Tình huống 67

Công ty quy định khi đã hạ giá sản phẩm thì không phát quà tặng nữa, nhưng khách hàng vẫn đòi cả hai

Ứng đối sai

1. Đã giảm giá thì không tặng quà nữa chị ạ.

2. Chị có thể chọn giảm giá, hoặc có thể chọn lấy quà tặng.

3. Không làm thế được đâu ạ, chúng em đã giảm giá cho chị rồi.

4. Mấy quà tặng này rẻ lắm, bên ngoài bán có mấy đồng thôi.

Phân tích vấn đề

Lập trường của bạn và người mua hàng không giống nhau, bởi lẽ người mua lúc nào cũng muốn được hưởng lợi càng nhiều càng tốt nên đôi khi thành ra " tham quá mất khôn", vì thế hãy đặt mình vào vị trí của họ để hiểu và thông cảm, sau đó kiên nhẫn giải thích tỉ mỉ cho họ để chuyển hướng tập trung của khách hàng.

Những kiểu trả lời đầu thuộc vào dạng giải thích máy móc đơn thuần nên không mang lại hiệu quả thuyết phục nào. "Mấy quà tặng này rẻ lắm, bên ngoài bán có mấy đồng thôi" khiến khách hàng cảm giác họ đang tham mấy món đồ rẻ tiền và phần nào hạ

thấp giá trị thương hiệu của bạn.

Chiến lược bán hàng

Người bán hàng trước hết cần phải thiết lập được mối quan hệ tốt đẹp với khách hàng, sau đó mọi vấn đề sẽ dễ giải quyết hơn.

Trong trường hợp này, tốt nhất bạn nên chủ động tư vấn lựa chọn cho khách, đừng để họ tự do chọn lựa. Bạn có thể xử lý theo các cách sau: nhấn mạnh đến giá trị của quà tặng để khuyến khích khách lựa chọn; giảm giá trị của quà tặng để tập trung vào chiết khấu; cùng lúc khuyến khích chọn quà tặng, bạn tiết lộ cho khách hàng khi đợt hạ giá kết thúc sẽ để dành cho họ quà tặng.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Em thấy chị có vẻ thích quà tặng của bọn em phải không ạ, nhưng thành thật xin lỗi chị vì trong thời gian làm chương trình thì chị chỉ được chọn chiết khấu hoặc quà tặng thôi ạ. Thực ra tặng phẩm của bên em cũng rất ổn, nếu ra ngoài mua chắc giá cũng cao, em khuyên chị cứ chọn quà tặng đi ạ vì nó cũng có nhiều tác dụng... (nhấn mạnh vào tác dụng của tặng phẩm)

NVBH: Xin lỗi chị vì chương trình lần này của bên em khách hàng chỉ được chọn quà tặng hoặc chiết khấu thôi ạ. Nhưng em nghĩ chị chọn chiết khấu thì sẽ hay hơn vì mình mua quần áo đâu phải chỉ vì mấy tặng phẩm nhỏ phải không chị, quan trọng nhất vẫn là bộ đồ mình mua ưng ý và đẹp.

NVBH: Ôi chị làm khó cho em rồi, đợt khuyến mại lần này khách hàng chỉ được chọn quà tặng hoặc chiết khấu thôi, chị thông cảm nhé.

NVBH: (thấy khách hàng vẫn chưa chấp nhận) Em thấy chị có vẻ thích quà tặng này của bọn em ạ? Hay là thế này đi, để khi nào chương trình kết thúc mà còn dư quà em sẽ giữ một chiếc rồi gọi điện cho chị đến lấy nhé? (xác định rõ lập trường đồng thời nhượng bộ khách hàng một chút, dựa trên tình hình số lượng của quà tặng sau chương trình để dành cho khách)

Tình huống 68

Lúc hàng mới ra thì bảo sẽ không hạ giá, thế mà càng về sau lại càng hạ.

Ứng đối sai

1. Chị đừng để ý làm gì, đẳng cấp chị cao hơn mà.

2. Quần áo là như thế đó chị, chưa hết vụ thì không giảm giá đâu.

3. Cái này do công ty quy định, em cũng không biết làm gì hơn.

Phân tích vấn đề

“Chị đừng để ý làm gì, đẳng cấp chị cao hơn mà,” nói thế này hơi cường điệu và miễn cưỡng nên không mang lại hiệu quả thuyết phục.

“Quần áo là như thế đó chị, chưa hết vụ thì không giảm giá đâu”, kiểu giải thích này chưa nêu được rõ ràng nguyên nhân không giảm giá giá quần áo khi chưa hết vụ, cũng không có lợi trong việc khuyến khích khách mua hàng ngay lúc này.

“Cái này do công ty quy định, em cũng không biết làm gì hơn” là cách nói thường thấy của một nhân viên bán hàng vô trách nhiệm, không đem lại cho khách hàng một lời giải thích hợp lý.

Chiến lược bán hàng

Hành vi mua hàng bắt nguồn từ việc phục vụ cho lợi ích bản thân của người mua, nên dù phải chi những đồng tiền xương máu họ vẫn luôn sẵn sàng tự nguyện. Một số nghiên cứu đã chỉ ra, việc mua sắm có thể giúp người tiêu dùng tránh được cảm giác tiếc nuối. Đồng thời chính sự tiếc nuối cũng có tác động mạnh mẽ lên hành vi của người mua. Do vậy, nếu khách hàng còn băn khoăn, bạn có thể gợi ý cho họ những lý do mua sắm phù hợp, trong đó tốt nhất là chỉ ra cho họ những lợi ích mang lại hoặc những tiếc nuối có thể nảy sinh nếu không mua món hàng đó.

Trong tình huống này, người bán hàng có thể giải thích cụ thể cho khách nguyên nhân của việc giảm giá và những bất lợi từ việc mua hàng giảm giá. Dùng lợi ích để kích thích người mua lập tức đưa ra quyết định.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Nếu em ở trường hợp của chị, e cũng cảm thấy khó chịu, nhưng nếu đổi góc nhìn một chút chị sẽ thấy, mua bộ này ngay bây giờ sẽ mặc được cả mùa, còn để đợi đến cuối vụ giảm giá thì cho dù chị có thích đến mấy cũng chỉ mặc được vài lần rồi cất đi. Em nghĩ mua ngay bây giờ sẽ kinh tế hơn chị ạ.

NVBH: Chị nói cũng có lý, cùng một bộ quần áo mà bán hai giá khác nhau, nếu là em, em cũng không hài lòng đâu. Nhưng quần áo lại có yếu tố mùa vụ, thời trang và trào lưu, thêm nữa đến lúc hạ giá thì size cũng không đầy đủ nên mới bán thanh lý đó chị. Theo em thì tốt nhất là mua ngay từ đầu mùa, vừa có thể mặc nhiều lại hợp mốt, tính theo số lần mặc thì kinh tế hơn nhiều chị ạ.

Tình huống 69

Các chỗ khác đều giảm 40% mà quà tặng cũng phong phú hơn, các anh thiếu linh hoạt quá!

Ứng đối sai

1. Chị cũng không phải chỉ đến mua vì quà tặng mà.

2. Thực ra cũng đều lấy từ chi phí giá thành của bộ quần áo đó thôi ạ.

3. Xin lỗi chị, chúng em cũng không có cách nào khác.

4. Quà tặng thì có quan trọng gì, quan trọng là quần áo có đẹp hay không thôi.

5. Chỗ chúng em không khoa trương như thế, giá chiết khấu đều rất sát rồi.

Phân tích vấn đề

"Chị cũng không phải chỉ đến mua vì quà tặng mà" và "Quà tặng thì có quan trọng gì, quan trọng là quần áo có đẹp hay không thôi" có hàm ý công kích nên rất dễ gây phản cảm cho khách hàng, khiến họ dễ dàng từ chối mua đồ ở chỗ bạn.

"Thực ra cũng đều lấy từ chi phí giá thành của bộ quần áo đó thôi ạ", ý bạn ám chỉ khách hàng tưởng bở vì mua được hàng rẻ, chắc chắn họ sẽ thấy mất mặt.

"Xin lỗi chị, chúng em cũng không có cách nào khác" thể hiện thái độ vô trách nhiệm.

"Chỗ chúng em không khoa trương như thế, giá chiết khấu đều rất sát rồi" mang tính chất hạ thấp đối thủ cạnh tranh và dễ tạo ra một cuộc tranh luận về giá với khách hàng.

Chiến lược bán hàng

Khi khách hàng so sánh chúng ta với đối thủ cạnh tranh thì ta tuyệt đối không được nói những lời mang tính chất hạ thấp đối thủ, gây bất lợi cho việc xây dựng hình ảnh của cửa hàng, đồng thời cũng khiến khách hàng cảm thấy không được tôn trọng. Thái độ đó cũng có nghĩa chúng ta đang dâng khách hàng cho đối thủ. Trong trường hợp này, là một người bán hàng, bạn cần phải học cách chủ động chuyển hướng sự quan tâm của khách sang phía có lợi cho bạn, thuận theo hướng đó để dẫn dắt thúc đẩy quá trình mua bán. Trước tiên hãy đồng tình và cảm ơn những ý kiến của họ, dũng cảm thừa nhận những thiếu sót của cửa hàng, sau đó nhẹ nhàng chuyển qua giới thiệu những ưu điểm của quần áo, chuyển hướng tập trung của khách sang tư vấn trang phục.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Cảm ơn chị đã góp ý, em sẽ phản ánh lại vấn đề này lên công ty để nhanh chóng bổ sung nhiều tặng phẩm phù hợp với nhu cầu của khách hàng hơn. Em thấy ngoài vấn đề về quà tặng thì cái quan trọng nhất vẫn là độ hài lòng với trang phục, quà tặng chỉ là đồ đi kèm, không phải là nhân tố chính, chị thấy có phải không ạ? Vậy hôm nay chị muốn xem đồ gì ạ…

NVBH: Đúng là bên em còn thiếu sót ở điểm này vì tất cả đều tập trung vào chất lượng sản phẩm và dịch vụ, nên chị có thể thấy về phương diện này bên em làm rất tốt, được rất nhiều khách hàng ủng hộ. Còn về phần quà tặng thì em sẽ lập tức báo cáo lên công ty để điều chỉnh, cảm ơn chị đã góp ý.

NVBH: Em đã phản ánh lên công ty về việc này rồi, cảm ơn chị đã nhắc nhở. Trước giờ bên em chỉ tập trung vào chất lượng sản phẩm và dịch vụ để mang lại cho khách hàng những bộ quần áo với chất lượng tốt nhất, nên mặc dù tặng phẩm chưa được đa dạng nhưng khách hàng vẫn rất hài lòng và còn giới thiệu cho nhau nữa. Tuy vậy cũng rất cảm ơn sự đóng góp của chị, khi nào có tặng phẩm mới em sẽ báo cho chị ngay nhé. Hôm nay chị có muốn xem gì không ạ…

Tình huống 70

Tại sao chỗ các anh chưa hết mùa mà đã bắt đầu giảm giá thế?

Ứng đối sai

1. Không còn cách nào khác, bây giờ làm ăn khó quá chị ạ.

2. Thế thì chị mới mua được hàng rẻ chứ!

3. Hàng mới bên em sắp về rồi, nên bây giờ cần thanh lý số hàng này.

4. Em không biết, đây là do công ty quy định mà, giảm giá thì không tốt sao?

Phân tích vấn đề

“Không còn cách nào khác, bây giờ làm ăn khó quá chị ạ” và “Thế thì chị mới mua được hàng rẻ chứ!” không giải thích thẳng vào vấn đề, mang lại cảm giác quyết định hạ giá tương đối tùy tiện.

“Hàng mới bên em sắp về rồi, nên bây giờ cần thanh lý số hàng này” khiến người mua nghĩ đây là hàng không mấy giá trị, cả hai bên sẽ dễ rơi vào một cuộc mặc cả gay gắt.

“Em không biết, đây là do công ty quy định mà, giảm giá thì không tốt sao?”, bạn tỏ ra việc này không liên quan gì đến mình, ngoài ra sử dụng câu chất vấn sẽ khiến cho khách hàng khó chịu.

Chiến lược bán hàng

Là một nhân viên bán hàng, khi giao tiếp với người mua, bạn luôn cần chủ động làm những việc nên làm, những việc có lợi cho công tác bán hàng. Ở đây bạn nên trả lời thành thật nguyên nhân của việc hạ giá trước khi mùa vụ kết thúc, quan trọng nhất là bạn có thể tận dụng điều này như một lý do hợp lý kích thích và thuyết phục khách mua hàng. Đây mới thực sự là một cách xử lý đi vào trọng tâm, một thái độ làm việc chuyên tâm cũng là những điều một nhân viên bán hàng nên làm.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Hồi sáng cũng có khách hàng phản ảnh với em rồi. Thực ra do thời tiết thay đổi nhanh quá, công ty cũng muốn phục vụ khách hàng tốt hơn nên mới linh hoạt điều chỉnh cho kịp phù hợp với nhu cầu của khách chị ạ.

NVBH: Đúng là năm nay công ty em thanh lý hàng tồn cuối vụ sớm hơn một chút, chị cũng thật tinh ý. Là do hàng đợt này bán chạy quá nên bên em cũng muốn bán hạ giá một số bộ còn lại để nhập hàng mới, chị mua bây giờ là nhất đấy. Thế hôm nay chị muốn chọn kiểu gì ạ…

Tình huống 71

Năm nào tôi cũng mua ở đây bao nhiêu quần áo như vậy, cũng nên được hưởng chiết khấu đặc biệt chứ nhỉ?

Ứng đối sai

1. Em cũng muốn thế nhưng đây là do công ty quy định rồi ạ.

2. Vì là khách hàng thân thiết nên giá báo cho chị đã chiết khấu nhiều nhất có thể rồi đấy ạ.

3. Có khách còn mua nhiều hơn chị nhưng cũng chỉ được chiết khấu như vậy thôi.

Phân tích vấn đề

"Em cũng muốn thế nhưng đây là do công ty quy định rồi ạ", cảm giác duy nhất của khách hàng sau khi nghe câu này là, "quy định của công ty này thật là vô lý, ngay cả nhân viên bán hàng cũng cho rằng yêu cầu của khách là rất hợp lý."

"Vì là khách hàng thân thiết nên giá báo cho chị đã chiết khấu nhiều nhất có thể rồi đấy ạ" ám chỉ chúng tôi ưu ái chị lắm rồi nên không bớt được nữa đâu.

"Có khách còn mua nhiều hơn chị nhưng cũng chỉ được chiết khấu như vậy thôi", bạn đang ám chỉ khách đừng cho rằng mình mua vậy đã là nhiều.

Chiến lược bán hàng

Thực ra bất cứ khách hàng nào ít nhiều cũng có tính ham hư vinh, họ luôn muốn được trở thành người quan trọng nhất trong cửa hàng của bạn. Vì thế bạn cần phải nắm bắt được tâm lý này để xây dựng các chiến lược cụ thể, điều này sẽ hỗ trợ rất lớn cho quan hệ của bạn và khách hàng về sau.

Trong tình huống này, trước hết hãy cảm ơn khách hàng về sự ủng hộ của họ đối với cửa hàng bạn, cố gắng hết mình để thiết lập một mối quan hệ tốt với họ. Sau khi xác lập mối quan hệ đã được xác lập, khách hàng chắc chắn sẽ dễ thông cảm và đón nhận giải thích của bạn hơn. Sau đó, bạn có thể chuyển trọng tâm sang giới thiệu về quần áo, đề nghị tặng họ thêm quà để tăng tính thuyết phục.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Em rất cảm ơn chị đã ủng hộ nhiệt tình cho cửa hàng em lâu nay. Thực ra chiết khấu của mỗi cửa hàng cũng có nhiều nguyên nhân, ở bên em thì chú trọng vào chất lượng sản phẩm và dịch vụ hơn, giá thành cũng chỉ là một phần thôi chị ạ. Nếu đã không ưng bộ nào thì dù nó có rẻ đến mấy chị cũng không muốn lấy có phải không ạ? Bộ mà chị vừa chọn em thấy chị mặc rất đẹp đấy... (bắt đầu chuyển trọng tâm sang giới thiệu bộ đồ)

NVBH: Em biết chị thường xuyên đến cửa hàng của chúng em, lâu lâu không gặp em còn nhớ chị nữa kìa. Thế này đi, em sẽ tặng thêm cho chị một món quà rất tinh xảo, chắc chắn chị sẽ rất bất ngờ đấy, chị chờ em chút xíu nhé... (chuyển trọng tâm sang quà tặng)

NVBH: (đối đáp niềm nở) Rất cảm ơn chị đã ủng hộ cửa hàng em nhưng cũng phải xin lỗi chị vì công ty em từ trước đến giờ đều rất tôn trọng giá thành niêm yết, đây cũng là nguyên nhân các khách hàng thân thiết như chị tin tưởng đến đây mua đồ, vì thế đúng là em cũng không có cách nào giảm giá thêm cho chị được ạ. Nhưng em sẽ báo cáo lên công ty về đề nghị của chị, khi nào có phương án ưu đãi dành cho khách hàng thân thiết em sẽ gọi điện ngay cho chị nhé. Thế hôm nay chị có muốn xem đồ gì không ạ? (bắt đầu chuyển trọng tâm sang giới thiệu quần áo)

Tình huống 72

So với cửa hàng đối diện thì ưu đãi dành cho thẻ VIP của các anh ít quá!

Ứng đối sai

1. Bây giờ lợi nhuận từ quần áo cũng không cao đâu ạ.

2. Xin lỗi chị, ưu đãi của thẻ VIP đã là cao nhất rồi.

3. Chiết khấu cho thẻ VIP chỗ nào mà chả thế ạ.

Phân tích vấn đề

“Bây giờ lợi nhuận từ quần áo cũng không cao đâu ạ” và “Xin lỗi chị, ưu đãi của thẻ VIP đã là cao nhất rồi” thuộc vào kiểu tư duy đường thẳng, không mang lại hiệu quả thuyết phục.

“Chiết khấu cho thẻ VIP chỗ nào mà chả thế ạ” ám chỉ khách hàng đang nói dối hoặc đang bắt bẻ mình.

Chiến lược bán hàng

Khách hàng không kỳ vọng mọi yêu cầu của mình đều được đáp ứng ngay tức khắc, quan trọng nhất là họ mong nhận được sự coi trọng và đối đãi tử tế. Người bán hàng do đó luôn phải hiểu: thái độ xử lý vấn đề quan trọng hơn gấp nhiều lần việc giải quyết bản thân vấn đề đó. Hãy thỏa mãn yêu cầu tâm lý này trước, sau đó mới tìm cách chuyển đề tài một cách tự nhiên, hướng khách hàng đến cái đích cuối cùng của giao dịch là quầy thu ngân.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Rất cảm ơn chị đã nhiệt tình ủng hộ cửa hàng trong suốt thời gian vừa qua. Em sẽ báo cáo lên công ty để điều chỉnh ưu đãi dành cho những khách hàng lớn như chị, có thể ưu đãi chiết khấu nhiều hơn hoặc những dịch vụ tốt hơn ở các phương diện khác, chị thấy có được không ạ? Thế hôm nay chị muốn xem những kiểu như thế nào ạ?

NVBH: Một khách hàng lớn và quan trong của cửa hàng như chị, công ty em rất trân trọng. Em sẽ lập tức phản ánh lên công ty ý kiến của chị, vì công ty cũng rất coi trọng vấn đề này. Nên chị yên tâm nhé, khi nào có thông báo của công ty em sẽ gọi điện cho chị ngay. Cảm ơn chị! Thế hôm nay chị muốn xem…

Tình huống 73

Thôi được rồi, coi như không giảm giá, thế tặng cho tôi món trang sức ma nơ canh đang đeo kia vậy?

Ứng đối sai

1. Xin lỗi chị, cái đó là hàng không bán hay tặng được.

2. Xin lỗi chị, cái này không được phép, nếu tặng cho chị, em sẽ bị quản lý mắng.

3. Nếu tặng chị, em sẽ phải tự đền tiền đấy.

Phân tích vấn đề

“Xin lỗi chị, cái đó là hàng không bán hay tặng được”, nói thế này có vẻ không có sai, nhưng hãy xem xét đến phản ứng tâm lý của khách hàng khi nghe câu này. Họ có thể không nói gì nhưng trong lòng sẽ thấy không được vui, rất có thể họ sẽ không mua đồ của bạn.

“Xin lỗi chị, cái này không được phép, nếu tặng cho chị, em sẽ bị quản lý mắng”, ứng đối như vậy sẽ khiến vấn đề chuyển hướng sang “người có quyền” làm mâu thuẫn ngày càng lớn hơn, là kiểu thoái thác trách nhiệm.

“Nếu tặng chị em sẽ phải tự đền tiền đấy”, về cơ bản khách hàng sẽ chẳng mấy tin những lời nói dối kiểu này.

Chiến lược bán hàng

Đừng bao giờ cho rằng khiến khách không thể nói được gì coi như ta đã thắng. Tuy nhiên, một khi đã khiến khách hàng bị mất mặt coi như bạn là người thua cuộc. Nói ngọt lọt tai để tìm mọi cách để khách hàng thấy thoải mái, khiến họ nghĩ mình là người đáng được phục vụ nhất trong cửa hàng. Thực ra người mua là những người hiểu biết, đa số họ sẽ không làm khó bạn nếu được giải thích rõ ràng mọi việc.

Trong trường hợp này, trên cơ sở khách hàng đã rất hài lòng với bộ trang phục, thì sau khi giải quyết xong những thắc mắc ở trên, hãy lập tức áp dụng “phép giả định hoàn thành giao dịch” để chủ động đề nghị họ mua hàng.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Chị thật có khiếu thẩm mỹ, nhiều khách hàng khác cũng rất thích món trang sức đó nên em đang định đề xuất với công ty mang món đó ra làm quà tặng khách hàng. Để khi nào có quyết định em sẽ gọi điện thông báo cho chị có được không ạ?

NVBH: (không đợi khách trả lời) Thực ra bộ này chị mặc rất đẹp, đây mới là điều quan trọng nhất phải không chị? Để em gói lại cho chị nhé, chị đợi em chút xíu… (phép giả định hoàn thành giao dịch)

NVBH: Món đồ này công ty mua để trang trí thêm cho cửa hàng, chị là khách hàng quen nên chắc cũng biết rồi đấy. Nhưng em sẽ báo việc này lên công ty, hi vọng lần sau quay lại bọn em sẽ tặng chị món trang sức đó. Một lần nữa xin cảm ơn chị đã ủng hộ chúng em! Bây giờ để em gói đồ lại cho chị nhé… (phép giả định hoàn thành giao dịch)

Tình huống 74

Sao cùng một hãng mà ở đây lại bán đắt hơn bên X (cửa hàng phân phối)?

Ứng đối sai

1. Chúng em là cửa hàng trực thuộc của công ty.

2. Giá cửa hàng trực thuộc là như vậy chị ạ.

3. Không thể như vậy được, để em đi xem xem.

4. Sao em lại không biết việc này nhỉ?

Phân tích vấn đề

“Chúng em là cửa hàng trực thuộc của công ty” và “Giá cửa hàng trực thuộc là như vậy chị ạ” tương đương với việc bạn thừa nhận việc đó nhưng lại không đưa ra một lí giải mang tính tích cực nào, nên không thỏa mãn được băn khoăn của khách hàng. Thực ra khách hàng không quan tâm cửa hàng trực thuộc hay phân phối, cái họ quan tâm là quần áo có giống nhau hay không.

“Không thể như vậy được, để em đi xem xem” và “Sao em lại không biết việc này nhỉ?” là cách trả lời hết sức tiêu cực, tuyệt đối không được sử dụng từ “không biết” như câu cửa miệng.

Chiến lược bán hàng

Cửa hàng trực thuộc và cửa hàng phân phối là hai nhánh phát triển của một thương hiệu, sự khác biệt trong cơ cấu tổ chức tạo ra sự khác biệt trên rất nhiều phương diện, giá cả cũng là một trong những sự khác biệt mà ta thường xuyên gặp phải.

Khách hàng đều là những người hiểu chuyện, nên bạn có thể nhẹ nhàng giải thích cho họ sự khác nhau giữa cửa hàng trực thuộc và cửa hàng phân phối, chân thành thuyết phục họ đồng tình.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Em biết ạ, nhưng cửa hàng em là cửa hàng trực thuộc công ty quản lý nên nhân viên phục vụ, hình ảnh cửa hàng và dịch vụ hậu mãi đều được công ty trực tiếp chịu trách nhiệm, vì thế giá có phần cao hơn các cửa hàng phân phối một chút, mong chị hiểu cho ạ.

NVBH: Để em giải thích cho chị ạ, cửa hàng em với các cửa hàng phân phối khác không giống nhau vì ở đây là showroom do tổng công ty trực tiếp quản lý, nên giá có phần cao hơn một chút, nhưng dịch vụ và quản lý thì chắc chắn tốt hơn nhiều. Em tin là

người mua cũng không chỉ quan tâm đến mỗi vấn đề giá cả thôi phải không chị?

NVBH: Em thấy chị có vẻ thích bộ này rồi phải không ạ, mà đúng là bộ này hợp với chị lắm đó. Nhưng em cũng phải xin lỗi chị trước là ở đây chúng em là showroom do công ty trực tiếp quản lý nên giá có cao hơn các cửa hàng phân phối chút xíu. Chị chắc cũng biết để có được dịch vụ tốt thì đầu tư cũng phải tốn kém hơn một chút phải không ạ, nên rất mong chị hiểu cho ạ.

Tình huống 75

Nếu trong vòng một tháng nữa mà các anh giảm giá thêm thì tôi sẽ đến đây đòi bồi thường chênh lệch.

Ứng đối sai

1. Cái này em không dám chắc.

2. Giảm hay không là do công ty quy định.

3. Nếu có giảm nữa thì em cũng không làm khác được.

4. Chị nói thế này thì em cũng không dám bán cho chị nữa.

Phân tích vấn đề

“Cái này em không dám chắc”, “Giảm hay không là do công ty quy định” và “Nếu có giảm nữa thì em cũng không làm khác được”, bạn đang nói với khách hàng rằng, “giá có khả năng hạ xuống nữa, bây giờ chị có mua hay không thì suy nghĩ cho kỹ, đến lúc ấy tôi không có liên quan gì đâu.”

“Chị nói thế này thì em cũng không dám bán cho chị nữa” chứng tỏ bạn biết rõ khả năng tiếp tục hạ giá là vô cùng lớn.

Các cách trả lời như trên đều không giải quyết được vấn đề chính, đó chỉ là những câu ứng đối đơn giản không đưa ra được lý do hợp lý để khách đồng ý mua hàng. Trong khi bán hàng, nếu bạn tiết lộ cho khách biết hàng hóa có khả năng tiếp tục giảm giá thì ham muốn mua của khách sẽ giảm đi rất nhiều.

Chiến lược bán hàng

Nên nhớ, chính khách hàng chứ không phải người bán hàng mới là người thuyết phục được bản thân họ. Vì thế việc chúng ta nên làm là tìm ra được những lý do khiến khách hàng tự thấy hợp lý,

kích thích ham muốn và lòng nhiệt tình của khách hàng để họ quyết định việc có mua hay không.

Trong trường hợp này, bạn không nhất thiết phải xác nhận hàng có giảm giá nữa hay không, mà hãy tập trung giải thích nguyên nhân giảm giá. Đồng thời cũng nhấn mạnh vào những bất lợi của việc hạ giá mang lại và những lợi ích mà khách hàng được hưởng nếu mua ngay từ bây giờ.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Ôi chị thật vui tính, nhưng chị yên tâm, công ty em lúc nào cũng có trách nhiệm với khách hàng. Như chị cũng biết đấy, việc hạ giá đôi khi cũng khó tránh lắm, ví dụ như hết size, chuyển mùa hay thanh lý hàng tồn, lúc đó hàng còn lại cũng ít mà mùa thì sắp chuyển rồi nên có thể sẽ có hạ giá chút ít. Bọn em kinh doanh bao nhiêu năm như vậy, về điều này thì em rất tự tin đấy ạ… Thế chị muốn mặc luôn bộ này về hay để em gói lại ạ?

NVBH: Em hiểu tâm lý của chị, nếu một bộ quần áo mua về một thời gian sau lại đang được giảm giá thì sẽ ấm ức thế nào. Nhưng chắc chị cũng biết quần áo hạ giá thường vào cuối vụ, lúc đó mặc cũng không còn hợp mốt nữa mà cũng chả mặc được mấy lần lại cất đi đợi đến tận năm sau mới dùng được. Chi bằng mua ngay từ bây giờ còn kinh tế hơn ấy chứ, chị thấy có đúng không ạ?

Chương VI.

Xử lý các vấn đề thường gặp ở khâu khiếu nại dịch vụ

Tình huống 76

Làm sao định hướng tâm lý cho các khách hàng đã giao dịch thành công để củng cố quan hệ?

Ứng đối sai

1. Cảm ơn đã đến, hẹn gặp lại lần sau ạ.

2. Chị đi cẩn thận nhé, tạm biệt!

3. Đây là đồ em đã gói xong, chị cầm cẩn thận nhé.

4. Chị tự xem nhé, em đang bận một chút.

Phân tích vấn đề

Một số nhân viên bán hàng khi giới thiệu đồ cho khách rất nhiệt tình, nhưng khi khách đã đồng ý mua và thanh toán thì lập tức tỏ ra lạnh nhạt. Điều này có thể khiến khách hàng bị hụt hẫng và tất nhiên sẽ nghĩ rằng những biểu hiện lúc ban đầu của nhân viên là giả dối. Họ có thể sẽ không quay lại thêm lần nào nữa, do đó, những hành động kiểu này là hoàn toàn sai lầm.

“Cảm ơn đã đến, hẹn gặp lại lần sau ạ” và “Chị đi cẩn thận nhé, tạm biệt”, hai câu này có thể khiến khách hàng nghĩ rằng “cô ta sợ bị mình quấy rầy” nên mới tiễn mình nhanh như thế.”

“Đây là đồ em đã gói xong, chị cầm cẩn thận nhé” và “Chị tự xem nhé, em đang bận một chút” rõ ràng khiến khách hàng thấy rằng

mình không được hoan nghênh nữa.

Chiến lược bán hàng

Nghiên cứu tâm lý học đã chỉ ra rằng, thời gian sau khi thanh toán tinh thần của khách hàng ở vào trạng thái yếu đuối nhất. Lúc này nếu bạn xử lý không tốt sẽ khiến người mua thấy hối hận. Lúc này bạn phải giao lưu thoải mái với họ để họ yên tâm, không được quá lạnh nhạt hay quá vồ vập.

Cách ứng xử thông minh là trước tiên hãy chúc mừng khách hàng đã mua được món đồ ưng ý và nói chuyện phiếm với họ một lúc. Nội dung có thể xoay quanh cách giặt giũ bảo quản, cách kết hợp phụ kiện v.v... Sau cùng tiễn họ ra cửa kèm với một nụ cười thân thiện, tránh sử dụng những từ ngữ như "đi cẩn thận", " không tiễn" mà nên nói "lần sau chị lại đến nhé".

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Cảm ơn chị đã ủng hộ cửa hàng để em có cơ hội được tiếp chị. Nói chuyện với chị rất vui và cũng học được nhiều điều. Hi vọng lần sau chị lại đến nhé!

NVBH: Chúc mừng chị đã mua được món đồ ưng ý, đây cũng là kiểu độc đáo nhất của chúng em đấy, chị mặc lên thực sự rất đẹp. Chị là một trong những khách hàng có dáng người chuẩn lại rất biết mua đồ đến cửa hàng em đấy. Cảm ơn chị và hẹn gặp lại chị lần sau nhé!

NVBH: Chị ơi bây giờ khách đang đông, chị ngồi đây hoặc xem thêm đồ gì thì tùy nhé, cần gì chị cứ gọi em, thế có được không ạ? (nếu khách đồng ý)

NVBH: Cảm ơn chị đã thông cảm ạ.

Tình huống 77

Khách hàng muốn trả lại hàng không phải vì chất lượng mà do kiểu dáng v.v... trong thời gian cho phép trả hàng.

Ứng đối sai

1. Không được đâu ạ, chẳng phải lúc mua chị rất thích đó sao?

2. Đây là do chị tự chọn nên bọn em không đổi được đâu ạ.

3. Nếu không phải do chất lượng thì không trả được đâu ạ.

Phân tích vấn đề

“Không được đâu ạ, chẳng phải lúc mua chị rất thích đó sao?”, cách trả lời này khá máy móc, không có sức thuyết phục, mang hàm ý trách móc khách hàng lúc mua chưa cân nhắc kỹ càng.

“Đây là do chị tự chọn nên bọn em không đổi được đâu ạ” hay “Nếu không phải do chất lượng thì không trả được đâu ạ”, những kiểu trả lời này hoàn toàn không thỏa đáng. Với tư cách một người bán hàng, bạn không được phép đổ hoàn toàn trách nhiệm lên khách hàng, vì cho dù bộ quần áo đó là khách hàng tự chọn nhưng bạn vẫn là người tư vấn. Nên một khi bộ trang phục thật sự không phù hợp với họ thì bạn vẫn nên dũng cảm đứng ra nhận trách nhiệm chứ đừng đổ lỗi cho việc do họ tự chọn hay không phải là lỗi về chất lượng.

Chiến lược bán hàng

Rất nhiều nhân viên bán hàng khi xử lý tình huống này đều tỏ ra lúng túng, ngôn ngữ mang hơi hướng quyết liệt, giải thích máy móc, giản đơn, khiến khách hàng có cảm giác người đó đang tìm mọi cách thoái thác trách nhiệm. Một khi khách nhận ra được điều đó thì việc thuyết phục sẽ khó khăn hơn gấp bội. Đa phần các cuộc khiếu nại ở cửa hàng thời trang chỉ ra rằng: một nhân viên bán hàng ưu tú lúc này sẽ tỏ ra bình tĩnh, trước hết phải làm dịu cảm xúc của khách hàng, khuyến khích và lắng nghe họ nói ra nguyên nhân thật sự. Khi khách đã đồng ý nói ra thì việc xử lý sẽ dễ dàng hơn rất nhiều.

Lắng nghe khách hàng để tìm ra nguyên nhân thực sự, nếu do khách hiểu lầm thì giải thích nhẹ nhàng cho họ hiểu, thông thường sự việc sẽ được giải quyết êm thấm; còn nếu vấn đề khách nêu ra có thật thì chỉ cần không ảnh hưởng đến việc bán lại bộ đồ đó, bạn có thể chủ động chịu trách nhiệm, nói cho họ biết tình huống này không thể trả lại nhưng có thể đổi sang bộ khác. Cụ thể là: sau khi đã xoa dịu tâm lý khách hàng, hãy nhanh chóng chuyển sang việc đổi đồ để ứng phó, ngôn ngữ biểu đạt và thái độ cần hết sức chân thành, khéo léo. Nếu khách hàng vẫn một mực đòi trả đồ thì bạn nên làm theo ý họ, đừng quá cố chấp nếu không sẽ gây tranh cãi căng thẳng.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Chị cứ bình tĩnh ạ, để em giúp chị xử lý vấn đề này. Chị chưa hài lòng bộ quần áo này ở điểm nào ạ?

NVBH: (sau khi khách nói xong) Em rất xin lỗi đã để chị phải đi lại mấy lần như thế này ạ. Em hiểu ý chị rồi, thực ra ưu điểm về kiểu dáng của bộ này là..., sở dĩ thiết kế như vậy vì... nên khi chị mặc lên sẽ cảm thấy... (hướng vào ưu điểm)

NVBH: Đây là lỗi của em do lúc đó chưa tư vấn kỹ cho chị. Chắc do chị chưa quen mặc kiểu dáng này nên mới thấy không thoải mái phải không ạ? Trời nóng mà bắt chị đi lại nhiều làm em áy náy quá. Hay là thế này chị nhé, vì chị là khách hàng thân thiết của cửa hàng, em sẽ ưu tiên cho chị đổi sang một bộ đồ mới. Cửa hàng mấy hôm nay vừa về một đợt hàng mới, để em chọn ra cho chị xem mấy bộ nhé, có lẽ là hợp với chị đấy. Chị đợi em một chút... thế chị thích màu sắc, kiểu dáng và chất liệu như thế nào ạ? (chuyển hướng tập trung sang hàng hóa)

Tình huống 78

Theo quy định thì trường hợp này có thể trả lại hàng nhưng lại quá thời gian cho phép hoàn trả.

Ứng đối sai

1. Không được đâu ạ, đã quá thời gian cho phép hoàn trả rồi ạ.

2. Em cũng không làm khác được, việc này do công ty quy định rồi.

3. Không trả được đâu, chị có thể đi tìm Hội Bảo vệ người tiêu dùng mà hỏi.

Phân tích vấn đề

Về mặt ngữ nghĩa và hành động thì "Không được đâu ạ, đã quá thời gian cho phép hoàn trả rồi ạ" và "Em cũng không làm khác được, việc này do công ty quy định rồi" có vẻ như không có vấn đề gì, vì đúng là theo quy định đã quá thời gian cho phép thì không thể trả lại hàng. Nhưng thiết nghĩ, cho dù không thể đáp ứng hoàn toàn yêu cầu của khách hàng, bạn cũng nên đứng ở vị trí của họ để giúp họ tìm ra một hướng giải quyết khác. Cách đối đáp cương quyết sẽ khiến khách hàng nghĩ bạn đang có thái độ bàng quan nên mới mang công ty ra để đối phó. Vì thế điều này sẽ không có lợi cho việc thiết lập mối quan hệ tốt với khách hàng, là hành động thiếu trách nhiệm của một nhân viên.

"Không trả được đâu, chị có thể đi tìm Hội người tiêu dùng mà hỏi", kiểu nói "thêm dầu vào lửa" này chỉ làm cho vấn đề thêm

trầm trọng, khiến cuộc đối thoại trở nên vô cùng căng thẳng không cần thiết.

Chiến lược bán hàng

Để bán được hàng, trước hết bạn cần định hướng đúng trách nhiệm và các vấn đề của bản thân, khi cần thiết có thể dũng cảm đứng ra nhận trách nhiệm với những thiệt hại không quá lớn. Vì tỷ lệ những khách hàng kiểu này không cao nhưng nếu bạn lấy được thiện cảm của họ thì sau này khả năng những người đó sẽ trở thành nguồn khách hàng lâu dài của bạn. Do đó, cái "lỗ" mà ta phải chịu lúc này cũng chính là một sự đầu tư vô cùng khôn ngoan. Điều này hợp với câu nói "kinh doanh thời trang luôn là kinh doanh cho tương lai!" Chúng ta phải biết nhìn xa trông rộng, biết cách đầu tư cho ngày mai để không những có thể duy trì ổn định công việc của mình mà còn giúp công ty không ngừng phát triển, có sức cạnh tranh trên thị trường.

Qua việc này cũng nói lên một chân lý: việc kinh doanh không phải lúc nào cũng hoàn toàn dựa vào những nguyên tắc bất di bất dịch, nếu không bạn sẽ mãi tụt lùi sau người khác mà thôi. Tất nhiên nếu vấn đề là do khách hàng gây nên thì bạn có thể từ chối họ một cách khéo léo hoặc hai bên cùng chịu trách nhiệm. Tóm lại phải cố gắng kiểm soát vấn đề, tránh để sự việc nghiêm trọng hơn.

Trong trường hợp này, khi khách hàng mang bộ quần áo đã quá hạn hoàn trả đến, ta có thể xuất phát từ một số điểm sau đây để quy đổi trách nhiệm và tìm hướng xử lý: thứ nhất, khi khách hàng mua bộ đồ đó, bạn có nói rõ với họ về các chú ý khi bảo hành hay chưa; thứ hai, có nguyên nhân khách quan nào làm chậm trễ thời gian mang trả đổi của khách hàng hay không, ví dụ đi công tác đột xuất hay vì lý do nào đó mà chưa mặc được v.v... Nếu lý do nằm trong những giả thuyết trên thì bạn có thể nể tình xem xét, chẳng hạn cửa hàng chịu tổn thất một phần hoặc toàn phần thiệt hại.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Đúng là bộ quần áo nào đã quá hạn có thể trả lại, nhưng vì chị đi công tác và quần áo cũng được giữ gìn nguyên vẹn nên em sẽ liên hệ với quản lý hỏi ý kiến về việc này xem sao, để xem có thể đổi cho chị sang bộ khác được không nhé.

NVBH: (sau khi trao đổi điện thoại với quản lý) Cấp trên đồng ý cho chị đổi sang bộ khác rồi ạ, thế chị muốn đổi kiểu như...

NVBH: Em rất lấy làm tiếc đã xảy ra việc này, nếu là do lỗi của bên em thì công ty sẽ hoàn toàn chịu trách nhiệm, nhưng đúng là đã quá thời gian cho phép hoàn trả nên mong chị thông cảm nhé. Hay chị cứ để bộ quần áo lại đây, em sẽ liên hệ với bộ phận sản xuất xem có sửa được cho chị không, sau đó sẽ gọi điện thông báo cho chị ngay có được không ạ?

Tình huống 79

Quần áo còn trong thời gian có thể trả lại nhưng mất hóa đơn mua hàng, khách vẫn kiên quyết đòi hoàn trả.

Ứng đối sai

1. Không có hóa đơn làm sao em biết có phải là hàng của công ty hay không.

2. Xin lỗi chị, không có hóa đơn thì không trả được đâu ạ.

3. Đây là quy định của công ty, em cũng không có cách nào khác đâu ạ.

Phân tích vấn đề

Khách hàng tìm đến chúng ta không phải muốn chuốc lấy rắc rối, họ chỉ muốn tìm kiếm sự giúp đỡ. Nên cho dù vấn đề không xuất phát từ phía bạn thì để giữ được mối khách đó, hãy đặt mình vào vị trí của họ để suy xét và tìm ra hướng khắc phục sự cố. Đừng tìm cách để thoái thác trách nhiệm hay tỏ ra không liên quan, như vậy chỉ khiến bạn mất đi niềm tin và sự ủng hộ của khách hàng.

“Không có hóa đơn làm sao em biết có phải là hàng của công ty hay không” biểu thị sự hoài nghi, sẽ khiến khách hàng tức giận và vấn đề khó xử lý vô cùng. Đây là mẫu câu không nên sử dụng.

“Xin lỗi chị, không có hóa đơn thì không trả được đâu ạ” và “Đây là quy định của công ty, em cũng không có cách nào khác đâu ạ” là những cách trả lời máy móc không đưa ra được hướng xử lý phù hợp, nên khách hàng sẽ thất vọng.

Chiến lược bán hàng

Cách xử lý tốt nhất là phải lường trước các vấn đề, sau khi khách hàng đã hoàn thành thủ tục thanh toán ta nên cẩn thận dặn dò họ các điều kiện có thể bảo hành hoặc dặn họ giữ hóa đơn cẩn thận. Khi tình huống tương tự nảy sinh, cần tìm hiểu nguyên nhân

thực sự của việc đổi trả và tìm cách giải thích, cố gắng để xóa bỏ ý nghĩ phải hoàn trả bằng được của khách hàng. Nếu khách vẫn khăng khăng muốn đổi thì có thể từ chối một cách nhã nhặn và giải thích lý do cụ thể, mong khách hàng thông cảm. Khi thấy việc có khả năng xấu đi, hãy tìm lãnh đạo để hỗ trợ giải quyết.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Chị hãy bình tĩnh, bộ quần áo này có điểm gì khiến chị chưa hài lòng vậy ạ? (lắng nghe ý kiến khách hàng)

NVBH: Là do em khi đó chưa giải thích kỹ với chị, để chị phải mưa gió lặn lội đến đây, là thế này chị ạ... (giải thích cho khách hàng). Chị yên tâm, nếu lỗi là của cửa hàng, bên em sẽ chịu trách nhiệm hoàn toàn. Bộ này không sao đâu, chị cứ yên tâm mặc nhé (nếu vấn đề có thể giải thích bằng lời được thì nhân viên bán hàng có thể xử lý mà không cần quan tâm đến hóa đơn)

NVBH: Không có hóa đơn thì không chứng minh được quần áo chính xác được mua ở địa điểm nào, sẽ không tiện để đổi trả, đây là quy định chung trong ngành rồi, rất mong chị thông cảm ạ. Hay chị thử về nhà tìm lại xem có cất ở đâu không? Chị yên tâm, nếu do lỗi của chúng em, bên em sẽ chịu hoàn toàn trách nhiệm ạ. (nói về quy định của ngành mà không nhắc đến lỗi của khách hàng, sau đó lập tức chuyển sự tập trung sang việc đi tìm hóa đơn)

NVBH: Rất xin lỗi chị, Hiệp hội người tiêu dùng cũng đã có quy định nếu không xuất trình được hóa đơn thì không thể đổi trả được hàng hóa đã mua, nên cái này cũng rất khó cho em. Nhưng chị là khách quen nên em cũng muốn giúp chị. Thế này nhé, nếu chị có thể có các bằng chứng khác chứng minh được đã mua hàng ở đây thì em sẽ hỏi ý kiến quản lý xem có linh động được cho chị không nhé?

Tình huống 80

Khách hàng không chứng minh được sản phẩm có vấn đề về chất lượng, nhưng vẫn khăng khăng đòi đổi, nếu không đổi sẽ không đi.

Ứng đối sai

1. Sao chị lại vô lý như vậy?

2. Lúc mua làm gì có vấn đề gì, chị cũng đã kiểm tra kỹ rồi mà.

3. Đây không phải là vấn đề chất lượng nên chúng tôi không chịu

trách nhiệm.

4. Chị ở đây cũng chả giải quyết được gì đâu, đây không phải lỗi của chúng tôi.

Phân tích vấn đề

Những câu ứng xử trên ám chỉ người mua kém văn hóa, không biết phân biệt phải trái. Chúng chỉ trích khách hàng và thoái thác trách nhiệm. Đây là một biểu hiện vô cùng tắc trách. Chúng khiến khách hàng cảm thấy không được tôn trọng, họ bị chỉ trích bằng những lời nói thiếu phép tắc.

Chiến lược bán hàng

Khách hàng trở thành bạn hay thành thù đều phụ thuộc vào chính bạn. Để giải quyết khiếu nại nhanh chóng của khách hàng, trước hết cần phải thiết lập được mối quan hệ tốt đẹp giữa hai bên; thứ hai, không được tùy tiện chọc giận khách hàng, điều duy nhất nên làm là tỏ ý xin lỗi và xoa dịu, bạn có thể chọn lựa cách tôn trọng hoặc lắng nghe; cuối cùng, nếu khách thực sự vô lý thì nên dựa theo tình hình thực tế để có cách xử lý phù hợp, chúng ta thà thua thiệt một chút còn hơn để khách hàng thua thiệt, vì đích đến cuối cùng của ta là kinh doanh cho tương lai!

Trong tình huống này, trước hết bạn cần nói chuyện thẳng thắn với khách hàng trên nguyên tắc lý lẽ nhưng không làm kích động, khuyến khích họ nói ra nguyên nhân thực sự, từ đó xếp loại trách nhiệm. Nếu lỗi từ phia khách hàng, thì với tư cách là người bán, bạn vẫn có trách nhiệm tìm cách giúp họ giải quyết vấn đề. Ngôn từ sử dụng cần mềm dẻo, chân thành, có trách nhiệm. Trong trường hợp không thể đổi được, căn cứ vào tình hình lúc đó và mức độ ảnh hưởng của khách hàng để quyết định. Nếu là khách hàng lớn thường xuyên và họ cố chấp muốn đổi thì chịu thiệt một chút để đổi cho họ, nhưng tuyệt đối không được chỉ trích khách hàng mà chỉ ngầm ám thị cho họ biết cái sai của họ.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: (sau khi đã xác định lỗi từ phía khách hàng) Chị là khách quen của cửa hàng nên cũng biết rồi đó, nếu là do lỗi của bên em thì bên em sẽ hoàn toàn chịu trách nhiệm. Nhưng lúc chị mua thì bộ quần áo không phải như thế này, chị cũng vừa nói là do lúc mặc không chú ý nên mới bị vậy, vì vậy đây không phải vấn đề chất lượng khiến em cũng khó xử lý. Nhưng việc này cũng không có gì rắc rối lắm, chị cứ để bộ này lại…(giúp khách giải quyết vấn

đề)

NVBH: (chưa xác định được lỗi của bên nào) Bộ quần áo mới mua bị như thế này, nếu là em, em cũng thấy khó chịu. Nếu đúng là lỗi của bên em thì bên em sẽ chịu trách nhiệm hoàn toàn. Lúc mua chị cũng kiểm tra kỹ rồi, bây giờ thì không xác định được làm sao lại bị thế này, nhưng đúng là do lỗi chất lượng thật nên em thay mặt công ty xin lỗi chị! Việc này cũng dễ xử lý, chị cứ để bộ này lại đây nhé…(giúp khách giải quyết vấn đề)

NVBH: (sau khi thuyết phục, khách vẫn nhất định đòi đổi) Chị cứ bình tĩnh, em đã hỏi ý kiến quản lý, cấp trên nói chị là khách hàng thân thiết của cửa hàng nên đồng ý đổi cho chị chiếc khác, để tri ân sự ủng hộ của chị. Trời nóng thế này bắt chị chạy đi chạy lại thật ngại quá! Thế chị có muốn đổi sang màu sẫm này không?

Tình huống 81

Đồ của các anh đắt như vậy, sao giặt đúng như hướng dẫn mà vẫn bị phai màu?

Ứng đối sai

1. Bị phai chút ít cũng là bình thường mà chị.

2. Nếu giặt như bình thường thì không sao, chị giặt kiểu gì vậy?

3. Chúng tôi chưa bao giờ gặp tình huống này.

4. Phiền quá, sao cứ hay gặp vấn đề này thế nhỉ!

Phân tích vấn đề

“Bị phai chút ít cũng là bình thường mà chị” ám chỉ khách hàng thiếu kiến thức. Câu này vừa quá đơn giản lại vừa thiếu ý, khiến người mua có cảm giác bạn đang cười nhạo họ.

“Nếu giặt như bình thường thì không sao, chị giặt kiểu gì vậy?” câu này ngay từ đầu đã giả định lỗi sai ở phía người mua, sau đó lại dùng câu nghi vấn, như thế khách hàng sẽ dễ thắc mắc về thành ý giúp đỡ của bạn.

“Chúng tôi chưa bao giờ gặp tình huống này” mang hàm ý nghi ngờ cao. Khách hàng hoặc sẽ nghĩ họ đen đủi hoặc cho rằng người bán hàng nghĩ mình nói dối.

“Phiền quá, sao cứ hay gặp vấn đề này thế nhỉ”, cách nói này cho

thấy bạn đã quá mệt mỏi với vấn đề này và kiểu trang phục đó đúng là có vấn đề rất nghiêm trọng về chất lượng.

Chiến lược bán hàng

Người khách hàng tốt nhất không phải là người đến mua đồ mà là người quay lại cửa hàng của bạn để khiếu nại, bởi hành động đó chứng tỏ họ vẫn chưa mất niềm tin ở bạn. Nếu khách hàng nhận được sự giải quyết thỏa đáng, họ sẽ có những động thái tích cực như tạo dựng hình ảnh đẹp của cửa hàng bạn cho những khách hàng tiềm năng khác thông qua phương pháp marketing truyền miệng. Như vậy, bằng cách xử lý tình huống khéo léo, thông minh, mang lại sự hài lòng cho khách hàng, bạn sẽ không chỉ giải quyết được vấn đề với một khách hàng, mà còn thu hút được vô số khách hàng tiềm năng đến với cửa hàng.

Việc khách hàng khiếu nại cũng chính là thời cơ để bạn giảm nhẹ thiệt hại cho cửa hàng và giữ được khách hàng. Khi gặp tình huống này ta cần thực hiện theo 3 bước như sau:

1. Lắng nghe. Là phương thuốc hữu hiệu nhất cho sự lo lắng của khách hàng. Một người bán hàng chuyên nghiệp khi xử lý những tình huống kiểu này sẽ không vội vàng giải thích, vì họ biết giải thích lúc đó không có tác dụng gì. Không chịu lắng nghe sẽ gây tâm lý tiêu cực cho khách hàng, lúc đó mọi giải thích của bạn đều không lọt tai, ngược lại họ sẽ cho rằng bạn đang thoái thác trách nhiệm bằng những lời giải thích thiếu thiện chí.

2. Ghi chép. Nhân viên bán hàng nên học thói quen ghi chép. Nó là phương pháp tốt nhất giúp chúng ta lưu lại những ý kiến khiếu nại của khách đồng thời là tư liệu để xử lý vấn đề. Khi khách hàng thấy được điều đó, họ sẽ cảm thấy được tôn trọng.

3. Tiết tấu. Trong trường hợp này, khiếu nại về việc quần áo bị phai màu cũng khá phổ biến nên để xử lý ổn thỏa bạn có thể thực hiện theo trình tự sau:

• Trước khi bán sản phẩm cần giới thiệu đầy đủ chi tiết về cách thức bảo quản và giặt giũ bộ quần áo đó.

• Hiện trạng bị phai màu có thuộc mức độ cho phép theo tiêu chuẩn hay không.

• Nếu bị phai màu nghiêm trọng thì tìm hiểu nguyên nhân cụ thể. Trường hợp lỗi của nhà sản xuất thì phải chịu trách nhiệm, tốt nhất là đổi sang bộ khác, tránh tối đa việc trả lại hàng.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Chị ơi, thực ra bộ này của chị làm từ chất liệu sử dụng kỹ thuật nhuộm màu đặc biệt để người mặc được thoải mái hơn, nên bị phai chút ít cũng là bình thường thôi ạ. Chị yên tâm nhé, nếu là lỗi của bên em, bên em sẽ chịu trách nhiệm hoàn toàn ạ.

NVBH: Rất cảm ơn chị đã cho chúng em biết tình hình ạ, em sẽ lập tức báo cho công ty biết việc này. Chị yên tâm, nếu là trách nhiệm của bên em thì công ty sẽ chịu trách nhiệm ạ. Em mời chị ngồi, để em đi xử lý ngay bây giờ nhé…

NVBH: (nếu khách muốn trả lại hàng, sau khi xác nhận đúng là do vấn đề chất lượng thì hỏi ý kiến cấp trên) Xin lỗi vì để chị đợi lâu, lúc nãy em có trao đổi với quản lý rồi ạ, thật là phiền chị quá, trời nóng thế này vẫn phải chạy đi chạy lại! Thế chị thích kiểu như thế nào ạ, để em chọn giúp chị mấy kiểu tham khảo nhé (khơi gợi đổi hàng thay cho trả lại).

Tình huống 82

Cách trao đổi với những khách hàng mỗi lần mua đồ đều đổi rất nhiều lần.

Ứng đối sai

1. Sao chị phiền phức thế.

2. Bán cho chị mệt quá, đổi đến lần thứ 3 rồi đấy.

3. Lần này chị kiểm tra cho kỹ nhé, lần sau chúng tôi không đổi nữa đâu.

Phân tích vấn đề

“Sao chị phiền phức thế” và “Bán cho chị mệt quá, đổi đến lần thứ 3 rồi đấy” biểu lộ tâm trạng ngại phiền phức của người bán nên rất có thể sẽ khiến khách hàng tức giận.

“Lần này chị kiểm tra cho kỹ nhé, lần sau chúng tôi không đổi nữa đâu” là cách nói máy móc, nên cho dù có chấp nhận đổi cũng sẽ không đạt được hiệu quả như mong muốn.

Chiến lược bán hàng

Một nhân viên bán hàng không được phép chỉ trích khách hàng của mình, vì như thế không những không giải quyết được vấn đề

mà còn làm khách hàng tức giận. Hãy cố gắng thử tìm nguyên nhân từ phía mình, để tránh trường hợp vừa phải đền vừa chuốc thêm rắc rối.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Chị cứ yên tâm, bên em đã cam kết thì sẽ có trách nhiệm đến cùng. Lần này chị kiểm tra kỹ một chút nhé, chứ chỉ vì mỗi bộ quần áo mà chị phải chạy đi chạy lại, chúng em cũng thấy ngại quá ạ.

NVBH: Xin lỗi chị nhé, là do lỗi của em lần trước chưa nhắc chị kiểm tra kỹ đã mang đi rồi. Chị yên tâm, em sẽ đổi cho chị, nhưng hai chị em mình cùng kiểm tra nhé, tránh phiền chị lại phải quay lại lần nữa, thế thì bên em cũng thấy ngại lắm.

Tình huống 83

Mời khách hàng đăng ký để lấy thông tin khách VIP nhưng khách không hợp tác.

Ứng đối sai

1. Làm thẻ VIP sau này có thể được hưởng nhiều ưu đãi đó ạ.

2. Sao chị không làm ạ? Được hưởng nhiều ưu đãi mà.

3. Chỉ cần một số thông tin đơn giản thôi ạ.

4. (lẳng lặng đóng sổ)

Phân tích vấn đề

“Làm thẻ VIP sau này có thể được hưởng nhiều ưu đãi đó ạ” và “Sao chị không làm ạ? Được hưởng nhiều ưu đãi mà” đều có thể khiến người nghe khó chịu khi cảm giác họ tham những thứ rẻ tiền .

“Chỉ cần một số thông tin đơn giản thôi ạ”, quan trọng là tại sao khách hàng phải cung cấp thông tin cho bạn, bạn không đưa ra được lý do phù hợp. Còn hành động lẳng lặng đóng sổ cho thấy bạn là nhân viên thiếu trách nhiệm.

Chiến lược bán hàng

Khi thấy khách hàng sắp rời đi, nếu bạn hi vọng nhận được sự hợp tác từ họ thì cần phải biết sáng tạo một chút, cách tốt nhất là tạo

sự thân thiện cũng một chút áp lực cho họ. Thực ra tạo áp lực một cách vừa phải cũng có thể khiến doanh số cửa hàng tăng lên. Ví dụ như một lời thỉnh giáo, vừa có thể làm cho khách hàng thấy được tôn trọng đồng thời cũng tạo cho họ một áp lực nho nhỏ không thể không hợp tác với bạn.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Xin lỗi chị, chị có thể cho em biết vì sao chị không muốn làm thẻ VIP không ạ? Chúng em cũng chỉ muốn phục vụ khách hàng thân thiết được chu đáo hơn mà thôi. Cảm ơn chị nhé. (sau khi biết được lí do, nắm rõ vấn đề và nhấn mạnh vào lợi ích)

NVBH: Xin lỗi chị, cũng vì chị là khách quý của cửa hàng nên chúng em cũng muốn phục vụ chị được tốt hơn thôi ạ. Chị có thể nói cho em biết tại sao chị chưa quan tâm đến chế độ dành cho VIP không ạ? (sau khi biết được lí do, nắm rõ vấn đề và nhấn mạnh vào lợi ích)

Tình huống 84

Làm thế nào để gọi điện hoặc nhắn tin cho khách hàng VIP đến mua hàng?

Ứng đối sai

1. Chủ nhật này X sẽ có hàng Xuân Hè mới về, kính mời quý khách ghé thăm, rất hân hạnh được đón tiếp.

2. Xin chào quý khách, chúng tôi sẽ tổ chức chương trình khuyến mãi thanh lý hàng tồn vào ngày xx, rất mong quý khách ghé thăm.

3. Nhân dịp kỷ niệm X chúng tôi sẽ tổ chức chương trình xx, rất hân hạnh được đón tiếp.

Phân tích vấn đề

Ba kiểu gửi thông tin đến khách hàng như trên chỉ mang mục đích thương mại không có tính sáng tạo. Rất nhiều công ty đã áp dụng phương pháp này khiến nó trở nên nhàm chán và thiếu tính độc đáo, không thu hút được khách hàng đến mua đồ.

Chiến lược bán hàng

Để tăng tỷ lệ thành công khi hẹn mời khách ghé thăm có thể đi

theo 3 bước sau:

Trước hết, các thông tin gửi tới khách hàng tối kỵ mang tính thương mại, ví dụ các thông tin như hàng mới về, thanh lý xả hàng tồn hay chương trình khuyến mại đều quá cũ nên hiệu quả rất thấp. Nếu muốn truyền tải tới khách hàng các hoạt động như trên, ta có thể nhấn mạnh vào việc chương trình đó chỉ dành cho khách VIP, cần chọn lọc từ ngữ để khách hàng cảm nhận được giá trị của chương trình đó, từ đó nâng cao hiệu quả mời hẹn.

Thứ hai, để nâng cao hiệu quả, các cửa hàng nên giữ mối quan hệ tốt với khách hàng thường xuyên, mang lại cho họ những dịch vụ khiến họ ấn tượng. Điều này rất quan trọng, vì khi đã tạo được mối quan hệ tốt đẹp với khách hàng hiệu quả mời hẹn sẽ càng cao. Chúng ta nên thường xuyên giữ liên hệ với khách hàng để khi có lời mời hẹn, khả năng họ đến sẽ rất cao.

Cuối cùng, gọi điện hoặc gửi tin nhắn cho khách hàng tốt nhất không nên sử dụng các phương thức mang tính mục đích hoặc cung cấp cho họ những dịch vụ gia tăng.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Kính chào quý khách xx, nhằm nâng cao kiến thức về kết hợp trang phục và hình ảnh cho khách hàng VIP, công ty chúng tôi sẽ tổ chức hội thảo "Tư vấn hình ảnh cá nhân" cho các khách hàng sở hữu thẻ VIP, chính vì vậy sự hiện diện của quý khách sẽ là niềm vinh dự to lớn cho chúng tôi. Tại hội thảo lần này, các nhà tạo mẫu của chúng tôi sẽ tư vấn cho từng khách hàng về cách kết hợp trang phục, phụ kiện và khuynh hướng thời trang mới. Chúng tôi cũng dành tặng cho quý khách rất nhiều tài liệu thời trang độc đáo và tinh tế. Do sức chứa của hội trường có hạn, nên hội thảo lần này sẽ chỉ dành riêng cho các hội viên VIP tham gia!

NVBH: Kính chào quý khách, để tri ân sự ủng hộ của quý khách dành cho công ty chúng tôi trong suốt thời gian vừa qua, chúng tôi sẽ tổ chức chương trình ưu đãi đặc biệt dành cho khách hàng VIP vào ngày 5 tháng này. Tham gia với chúng tôi quý khách sẽ mua được nhiều món hàng với mức giá ưu đãi nhất trên thị trường. Chương trình lần này chỉ dành cho các khách hàng sở hữu thẻ VIP. Rất hân hạnh được đón tiếp!

Tình huống 85

Cách thể hiện sự quan tâm đến khách hàng VIP trong những dịp đặc biệt.

Ứng đối sai

1. Thân chào anh/chị xx, ngày mai là sinh nhật của anh/chị, chúc anh/chị sinh nhật vui vẻ.

2. Kính chào quý khách, nhân dịp lễ xx chúng tôi sẽ tổ chức chương trình khuyến mại cho các khách hàng thân thiết vào ngày mai, rất mong quý khách đến tham dự.

Phân tích vấn đề

"Thân chào anh/chị xx, ngày mai là sinh nhật của anh/chị, chúc anh/chị sinh nhật vui vẻ" quá bình thường và lãnh đạm nên sẽ không để lại ấn tượng cho khách hàng.

"Kính chào quý khách, nhân dịp lễ xx chúng tôi sẽ tổ chức chương trình liên hoan cho các khách hàng thân thiết vào ngày mai, rất mong quý khách đến tham dự" mang tính thương mại và mục đích mạnh, không thể hiện được sự quan tâm chân thành tới khách hàng. Là tin nhắn quảng cáo đơn thuần.

Chiến lược bán hàng

Khách hàng trung thành chính là nền tảng cho sự phát triển của một cửa hàng, thiết lập được mối quan hệ tốt đẹp với khách hàng sẽ tạo điều kiện cho công việc kinh doanh sau này. Đặc biệt các nhãn hiệu dành cho nam hoặc các thương hiệu trung cao cấp càng nên chú trọng điều đó. Có thể nói sức mua của các khách hàng trung thành tượng trưng cho năng lực cạnh tranh của nhãn hàng đó. Để kết nối với khách hàng ta có thể sử dụng phương thức gửi tin nhắn.

Trước hết, khuyến khích gửi tin nhắn thay vì gọi điện thoại. Gọi điện đôi khi có thể gây bất tiện cho khách hàng và chi phí cũng cao hơn, làm không khéo có thể gây ảnh hưởng tới gia đình và công việc của họ. Cũng không nên gửi nhiều tin, mỗi quý chỉ cần 2 tin, tránh làm phiền khách hàng.

Thứ hai, nội dung các tin nhắn chỉ truyền tải các thông tin về kiến thức không mang nhiều tính thương mại. Những thông tin bổ ích sẽ giúp khách hàng nhớ lâu và không cảm thấy bị làm phiền, từ đó sẽ thu hẹp khoảng cách giữa bên bán và bên mua. Ví dụ những thông tin về bảo quản quần áo khi chuyển mùa, xử lý các vấn đề hay gặp với trang phục và các xu hướng thời trang mới nhất v.v...

Cuối cùng, các tin nhắn nên được gửi đi đồng loạt từ tổng đài của

cửa hàng, vừa tiết kiệm được chi phí mà thông tin cũng dễ kiểm soát hơn. Cách trình bày rõ ràng, mạch lạc, ngắn gọn và đề tên cửa hàng, nhãn hiệu.

Các mẫu câu nên sử dụng

NVBH: Kính chào quý khách, nhân dịp sinh nhật của quý khách, toàn thể nhân viên cửa hàng chúng tôi xin được gửi tới quý khách lời cảm ơn chân thành vì sự ủng hộ của quý khách dành cho chúng tôi trong suốt thời gian vừa qua. Chúc quý khách sinh nhật vui vẻ! Trong tháng này chúng tôi dành tặng cho quý khách ưu đãi giảm giá đặc biệt xx% cho tất cả các sản phẩm tại cửa hàng trong 1 lần mua. Rất hân hạnh được đón tiếp.

NVBH: Thân chào quý khách. X xin gửi tới quý khách lời cảm ơn chân thành nhất vì đã ủng hộ chúng tôi trong suốt 2 năm qua. Nhân dịp năm mới sắp tới, toàn thể nhân viên X xin kính chúc quý khách an khang, công thành danh toại. Chúng tôi có chuẩn bị một món quà nhỏ và ý nghĩa, rất mong quý khách đến cửa hàng để nhận quà.

NVBH: Thân chào quý khách hàng. Đông qua xuân tới, những chiếc áo len đồng hành cùng quý khách qua mùa đông lạnh giá đã đến lúc cất đi rồi. Xin quý khách lưu ý: khi giặt áo len cần..., khi cất giữ cần chú ý... Toàn thể nhân viên xx kính chúc quý khách sức khỏe an khang, vạn sự như ý.